







تعزيز قدرات الإعلام الأردني لمكافحة التطرّف والإرهاب
من منظور التربية الإعلاميّة
وجودة المحتوى والأداء الإعلاميّ

دليل تدريبي (2020)

إعداد: معهد الإعلام الأردني
بالتعاون مع الدكتورة أماني جرار

المملكة الأردنية الهاشمــية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(٢٠٢١/٢/١٠٧٧)

٣٠٢,٢٤
معهد الإعلام الأردني
تعزيز قدرات الإعلام الأردني لمكافحة التطرف والإرهاب من منظور التربية الإعلامية وجودة المحتوى والأداء الإعلامي / معهد الإعلام الأردني – عمان:المعهد، ٢٠٢١

(١٥٣) ص.
ر.إ. : ٢٠٢١/٢/١٠٧٧.
الواصفات: /التغطية الإعلامية//أخلاقيات المهنة//خطاب الكراهية/ /التطرف//الإرهاب//المحتوى الإعلامي//وسائل الإعلام/

يُجمِع الأكاديميّون، وأساتذة الاتصال، وخبراء الإعلام، أنّ مسؤوليّة تدريب الصحفيّين وتطوير قدراتهم وتعزيزها لمكافحة التطرّف والإرهاب من منظور التربية الإعلاميّة وجودة المحتوى والأداء الإعلاميّ، تقع على عاتق كليّات الإعلام، ومدارس الصحافة المتخصّصة، التي تطرح برامج الإعلام والاتصال الجماهيريّ.

ويواصل معهد الإعلام الأردنيّ دوره في أداء رسالته الأكاديميّة والإعلاميّة، وتخريج الصحفيّين، والإعلاميّين، ورفد سوق العمل بالكفاءات الإعلاميّة المُسلّحة بالعلم، والثقافة، والمعرفة، والمهارة في آن، سواء من خلال برنامج الماجستير في الإعلام الحديث الذي يُنفّذه المعهد منذ عشرة أعوام، أو من خلال الدورات التدريبيّة وورش العلم التي يواظب المعهد تنفيذها على مدار العام.

واستكمالاً لهذا الدور، وتعزيزاً لجهوده التوعويّة في مكافحة التطرّف ونبذ خطاب الكراهية، أعدّ معهد الإعلام الأردنيّ هذا الدليل التدريبيّ، الذي يقدمه في إطار الشراكة مع مركز "هداية" في دولة الإمارات العربيّة المتّحدة الشقيقة، بهدف تعزيز قدرات الإعلام الأردنيّ في مكافحة التطرّف، من خلال برنامج تدريبيّ يُنفّذ على مدار العام 2020م، مُوجّه للإعلاميّين، والصحفيّين الممارسين، ودارسي الصحافة والإعلام في الأردن.

نأمل أن يُسهم هذا الدليل التدريبيّ في تقديم المحتوى التدريبيّ الهادف، بإطاريه النظريّ والعمليّ، من خلال التركيز على محاور الدليل الرئيسة، والتي من أبرزها: أدوات التربية الإعلاميّة، ومهارات فحص الحقائق والتحقّق من صحّة الأخبار ودقّتها، وروايات التطرّف والإرهاب، ومصطلحات خطاب الكراهيّة وآليّات رصده وسبل مكافحته.

والله وليّ التوفيق

الدكتور زياد الرفاعي
عميد معهد الإعلام الأردني

محتويـــات الدليـــل

المقدمة

تُعدّ وسائل الإعلام من أقوى أدوات الاتصال العصريّة التي تعين الجمهور المتلقي على مواكبة العصر والتفاعل مع مستجداته، إذ أخذت تنهض بدورٍ مهم في شرح القضايا وطرحها على الرأي العام من أجل تهيئته إعلاميّاً، وبخاصّةٍ تجاه الموضوعات ذات الصلة بالأمن القومي. ولم يَعُد خافياً، مدى أهميّة وخطورة الدور الذي يلعبه الإعلام في شتى مجالات الحياة المعاصرة، سواء في الجوانب التربوية،

إن وسائل الصحافة والإعلام التي يستخدمها المجتمع؛ تحدد طبيعة هذا المجتمع والطريقة والكيفية التي يفكر ويعمل بها، ومن دون فهم الأسلوب الذي تعمل بمقتضاه وسائل الإعلام، لن نستطيع أن نفهم التغيرات الاجتماعية والثقافية التي تطرأ على المجتمعات.

أو الثقافية، أو الاقتصادية، أو الأمنية، إذ أجمعت معظم الدراسات على أنّ الإعلام أصبح من أهمّ السّمات البارزة للعصر الحديث ووسيلة فاعلة في تكوين وجدان الشعوب والمجتمعات، وهو يلعبُ دوراً مهماً في حياة المجتمع، وفي توعية الرّأي العام بما يدور حوله من مخاطر تتعلق بأمنِه وحياته. ولكي يتمكن من القيام بهذا الدور، لا ُبدّ للإعلام من أن يتمتع بالسقف العالي والمسؤولية في النشر، ويسترشد بالأصول المهنية المستقرة، ليُسهم بشكل فعّال في تحقيق مجموعةٍ من الوظائف المتعلقة بالفرد والمجتمع، وبخاصّةٍ فيما يتصل بمكافحة التطرّف والارهاب والوقاية منهما أو معالجة الآثار الناتجة عنهما. ومن الأهميّة بمكان، الإشارة إلى ما جاء في الخطاب الشّامل الذي ألقاه جلالة الملك عبدالله الثاني في الأمم المتحدة (٢٠١٩) حول قيم التسامح والعدل والمحبّة، وكشف القناع عن ماهيّةِ الإرهاب، إضافةً إلى تحديد الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام لمكافحة ظاهرة الإرهاب، إذ أكّد جلالته: "علينا أن نعظّم صوت الاعتدال. فمن أعظم المفارقات العجيبة في زماننا هذا أن تستغلّ الأصوات المتطرفة وسائل الإعلام الحديثة لنشر الجهل عبر شاشاتنا، وموجات الأثير، وشبكات الإنترنت، ووسائل التواصل الاجتماعي، وعلينا أيضاً أن نزرع في وسائل إعلامنا، والأهم من ذلك، في عقول شبابنا، الاعتدال ونقاءه". لذا، فإنّ تعزيز قدرات الإعلام الأردنيّ لمكافحة التطرّف والإرهاب من منظور التربية الإعلاميّة وجودة المحتوى وأداء الإعلاميّين، يجب أن تُسهم في صياغة محتوى إعلاميّ أردنيّ يحفز التنمية السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، في ظل سياسة الانفتاح التي تنتهجها المملكة، انسجاما مع المتغيرات العالميّة.

ظهر مصطلح خطاب الكراهية في الإعلام لأول مرة في الولايات المتحدة عام ١٩٨٩، ليشمل المشكلات التي تتعلق بالخطاب العنصري.

ومع التطوّر التقني الهائل الذي شهدته وسائل الإعلام في العقود الثلاثة الأخيرة، والذي أفضى إلى إلغاء الحواجز الزمانية والمكانية من خلال تقنية البث الفضائيّ عبر الأقمار الاصطناعية، تطوّر مفهوم التربية الإعلاميّة، وامتدّ ليشمل الواجبات التربوية لوسائل الإعلام العامة في السعيّ لتحقيق الأهداف العامة للتربية في المجتمع، والالتزام بالقيم الأخلاقية. ولعلّه من المفيد تأكيد حقيقة أنّ التربية الإعلاميّة تقوم على معايير دقيقة، وتعتمد على تنظيم معقّد من الأدوار والمواقع، التي تسهم في العملية التربوية الإعلاميّة. ومن الجليّ، أنّ مهمة تحليل الواقع وتفكيكه، منوطة بالإعلاميّ والتربوي معاً، بوصفهما شريكين في إنجاز مهمة التربية الإعلاميّة في تعرية خطاب الكراهية، وكشف زيف الإرهاب وفضح أفعاله الوحشية، وتحفيز الوعي الإعلاميّ الناقد لدى المتلقي.

من هنا، يأتي هذا الدليل تحت مسمى "دليل تعزيز قدرات الإعلام الأردني لمكافحة التطرف والإرهاب من منظور التربية الإعلامية وجودة المحتوى والأداء الإعلامي" ليشكل البنية الأساسية للتدريب الإعلاميّ في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب، وهو يتضمن خمسة محاور: إرشادات الصحافة الأساسية، والتربية الإعلاميّة والمعلوماتية، والتحقّق وأدواته، وروايات التطرّف والإرهاب، ومصطلحات خطاب الكراهية ومظاهرها.

المفاهيم والتعريفات

الإعلام (Media): هو عمليات جمع، وتخزين، ومعالجة، ونشر الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة لمعرفة الأحداث الجارية عبر مجموعة من الوسائط التفاعلية، وتغطية هذه الأحداث بحيادية، ودقة، ومصداقية (Patterson, Wilkins & Painter, 2018).

الدور (Role): سلوك مُتوقّع في موقف مُعيّن، يراعي المعايير الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية السائدة في الجماعة، ويأخذ في الاعتبار، طبيعة التنظيم الاجتماعي والتطلعات. وهو يمثل مهمات وسائل الإعلام في تقديم الصور، والحقائق، والرسائل، والآراء وانعكاسها على المتلقي (Velasquez, & Rojas, 2017).

الدور الإعلاميّ (Media Role): هو تغطية الأحداث والقضايا المهمّة، ومتابعة تطوّراتها وانعكاساتها على المجتمع، لتلبية حاجة الإنسان الطبيعية إلى معرفة البيئة المحيطة به، والأحداث الجارية حوله، ويكاد المضمون الإعلاميّ أن يُشكّل النسبة الرئيسة السائدة اليوم في وسائل الإعلام التي يُفترض أن تقوم بتغطية هذه الأحداث بحيادية، ودقة، ومصداقية، كي تحظى باحترام الجمهور (Holt & Barkemeyer, 2012).

الصحافة: هي المهنة التي يَجمع الصحافيّون خلالها الأخبار ويحرّرونها، ثم ينقلوها إلى العامّة من خلال العديد من الوسائل؛ مثل التلفاز، ومواقع الإنترنت، والإذاعة، والمجلات، والصحف المكتوبة أو الإلكترونية (Rudin & Ibbotson, 2013).

التطرّف (Extremism): يُعدّ مفهوم التطرف من المفاهيم التي يصعب تحديدها، أو إطلاق تعميمات بشأنها، نظراً لما يشير إليه المعنى اللغوي للتطرّف من تجاوز لِحدّ الاعتدال، الذي يحمل معنى يختلف نسبياً من مجتمع لآخر، وفقاً لنسق قيمه السائدة. ويُعرف التطرّف بأنه: الغُلوّ في عقيدة أو فكر أو مذهب أو سواه، مما ينتسب له حزب أو جماعة (Bright, 2018).

الإرهاب (Terrorism): يُعرّف بأنه أي عمل يهدف إلى ترويع فرد، أو جماعة، أو دولة، بغية تحقيق أهداف لا تجيزها القوانين المحلية أو الدولية، وتقوم به جماعات منظمة أو غير منظمة لتحقيق مآرب خاصة بها (Schmid, 2011).

خطاب الكراهية (Hate Speech): خطاب يهدف إلى إهانة شخص أو جماعة والإساءة إليهم أو تخويفهم بسبب بعض سِماتهم (مثل العِرق، أو الدين، أو المعتقد السياسي، أو الأصل القومي، أو الإعاقة)، أو حتى بسبب الاختلاف في الرأي (Benesch, 2014).

التربية الإعلاميّة (Media Literacy): تُعرّفها منظمة اليونسكو (UNESCO) بأنها: الكفاءات الأساسيّة التي تتيح للمتلقّي، التعامل مع وسائل الإعلام بشكل فعّال، وتنمية مهارات التفكير النقديّ والتعليم المستمرّ، ممّا يجعل منه إنساناً فاعلاً في مجتمعه.

جودة المحتوى الإعلاميّ (Media Content): تتحقّق جودة المحتوى الإعلاميّ بإنتاج محتوى إعلاميّ جذّاب في شكله الخارجي، وعميق في محتواه الداخلي، ويراعي التوازن بين الشكل والمضمون، عبر سلسلة مراحل مرتبطة، بدءاً من الإدارة، وسياستها الإعلاميّة والإداريّة، ومروراً بكفاءة العاملين وجاهزيتهم، وانتهاءً بتنفيذ العمل الإعلاميّ وتقييمه (Tota, Tote, Tota & Cohen, 2012).

جودة الأداء الإعلاميّ (Media Performance): تتحقّق جودة الأداء الإعلاميّ بالتزام تطبيق الممارسات الفضلى (Best Practices) التي تُنفّذ من خلالها وسائل الإعلام والإعلاميّين، مهماتهم الإعلاميّة (Hollifield, 2006).

الخطاب الإعلاميّ (Media Discourse): هو محاولة لتمرير وجهة نظر بعينها للجمهور المتلقّي وإقناعه بها، والتأثير عليه، بحيث تنعكس بصورة عمليّة على تصرّفاته، وبالتالي فهو ليس عملية نقل لأخبار الواقع فحسب، وإنّما مُحاورة العقل في سبيل إقناعه بهذا الواقع (Talbot, 2007).

1

المحور الأول

إرشادات الصحافة الأساسيّة

Journalism Guidlines

تمهيد

يُدرك الإعلاميّون في أعماقهم، أنّ لديهم أفضل وظيفة في العالم، على الرغم من أنهم قد يشعرون أحياناً بأنها الأصعب، إذ إنّ للصحافة والمصادر الإعلاميّة أهمية كبرى في كلّ مجتمع، فمن دون الإعلاميّين والصحافيّين ووسائل الإعلام، لن تكون هناك نافذة على العالم، وبالتالي سيكون لدينا هامش ضيق من معرفة ما يحصل في مجتمعاتنا أو في العالم. إنّ للعمل الإعلاميّ دوراً مهماً في التأثير على الأفراد وعلى المجتمعات بشكل عام؛ إذ يختلف تأثير الإعلام بحسب وسائله ووظائفه، وطريقة استخدامه. ويختلف تأثير وسائل الإعلام تِبعاً للآثار التي تُحدثها في منظومة القيم في المجتمعات، وأنماط التفكير السائدة بين الأفراد والجماعات.

إلى جانب التأكيد على السرعة والدقة والتوازن، تبقى القيمة الجوهرية للعمل الإعلاميّ هي الفضول. نحن جميعاً نرغب في مشاهدة اسمائنا على الصفحات الأولى أو وجوهنا على شاشة التلفاز، وهذا ما ينبغي أن يكون، لكن أفضل الانجازات في هذه المهنة هي تلك التي تنضج ببطء، فلا شيء يتغلب على الوازع الداخلي الذي ينشأ من إدراكك بأنك قد عمّقت فهمك للقصة واكتسبت الثقة كي ترويها بشكل جيد.
ماثيو غرين، المراسل الخاص لوكالة رويترز.

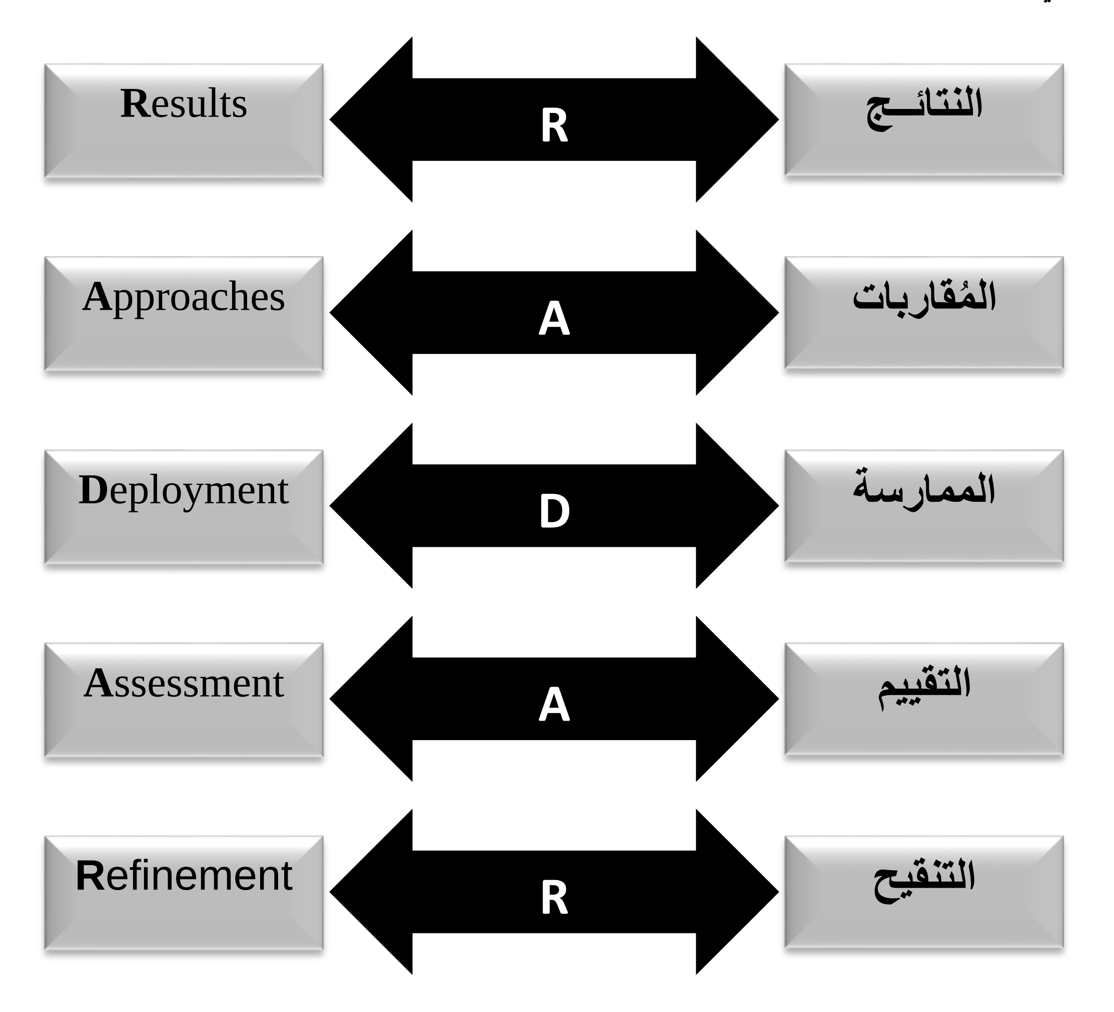
لقد باتت التحديّات المهنية تؤثّر إلى حدّ كبير على احترافية التغطية الإعلاميّة بأشكالها كافةً لمفهوم مكافحة التطرّف والإرهاب، وبخاصّةٍ مع تصاعد مسؤوليّة الإعلام الأردنيّ في ظلّ ما تشهده المنطقة والعالم من صراعات سياسيّة، واجتماعيّة، واقتصادية، وفكرية، وثقافية، ودينية ومسلّحة. لذلك، ستجري مناقشة الإرشادات الأساسيّة للصّحافة من خلال تحليل الممارسات الفضلى (Best Practices) في مجال التغطية الإعلاميّة عموماً، وفي موضوعات مكافحة التطرّف والإرهاب خصوصاً. وكذلك تحليل الخطاب الاعلاميّ (Media Discourse) في معالجة موضوعات مكافحة التطرّف والإرهاب، حسب مفاهيم التربية الإعلاميّة والمعلوماتيّة (Media and Information Literacy) عبر تسلسل الخطوات في التعامل مع هذه الموضوعات، لا سيّما تطبيق خطوات منهجيّة رادار (RADAR)، وصياغة الإرشادات المهنيّة وفق معايير الأداء العالمية (KPIs).

الإرشادات المهنيّة الفضلى (Best Practices) ضمن منهجيّة (RADAR) للتغطية الإعلاميّة للتطرّف والإرهاب

لأن المؤسسات الإعلاميّة أضحت في العقود الأخيرة، من أقوى العوامل تأثيراً على الرأيّ العام ووعيه، وأصبح لها النصيب الأكبر في تعزيز المفاهيم الإنسانيّة، السلبيّة منها والإيجابيّة، فقد استدعت المتغيّرات العالميّة المتسارعة، مراجعة أثر الأداء الإعلاميّ على المجتمعات التي أنهكتها قوى التطرّف والإرهاب وخطابها المحمّل بالكراهيّة للإنسانيّة وتنوّعها. وبذا، فإن التناول المهنيّ التنويريّ المنحاز للإنسان وكرامته، يعد السلاح الأكثر مضاء في دحض وجهات نظر قوى التطرّف والارهاب، وكشف زيف خطاب الكراهيّة في كل أشكاله وصوره الخبيثة.

ولا تتحقق الممارسات الفضلى (Best Practices) في التغطية الإعلاميّة لظاهرتي التطرّف والإرهاب واتصالهما المباشر في بث خطاب الكراهيّة في المجتمعات، إلا بالفهم والتحليل العميقين لأدوار التنوير التي يتصدّى لها الإعلاميّ والمؤسسات الإعلاميّة، وبخاصةٍ حيال موضوعات تمسّ الحياة الإنسانيّة ووجود المجتمع البشريّ أساساً. وتُعدّ منهجيّة رادار (RADAR)، مدخلاً لفهم التوجهات الفكريّة والتطبيقات العمليّة في التغطية الإعلاميّة لمفهوميّ التطرّف والإرهاب. وقد طوّرت المؤسسة الأوروبيّة هذه المنهجيّة، لإدارة الجودة (EFQM).

الشكل التالي يعرض عناصر هذه المنهجيّة:



أولاً: تبدأ التغطية الإعلاميّة نتيجة (As a result) للتفاعل مع حدث بعينه، وبخاصةٍ إذا كان أحد حقول التطرّف (الفكري، السياسي، الإجتماعي، الإقتصادي، العِرقي، والتطرّف الديني، وما يندرج تحته من تطرّف عقائدي وآخر مذهبي)، أو كانت نتيجة (As a result) للتفاعل مع حدث إرهابيّ (تفجيرات، قتل، خطف، إيذاء، سلب وتخريب الممتلكات). لذا، فإنّ التغطية الإعلاميّة لحدثٍ ما هي (رد فعل) لهذا الحدث. والحال كذلك، فإن التغطية الإعلاميّة بوصفها رد فعل لهذا الحدث، فإنها لا تكون بعيدة عن مضامين قانون اسحاق نيوتن الفيزيائي (لكلّ فعل ردّ فعل مساوٍ له في المقدار ومعاكس له في الاتجاه)، إذ إنّ التغطية الإعلاميّة لحدث مرتبط بالتطرّف أو الإرهاب أو نشر خطاب الكراهيّة، يجب أن تكون معاكسة لهذا الحدث في الاتجاه، وأشدّ منه وقعاً، لتُحدث التأثير المطلوب.

ثانياً: تأتي الخطوة الثانية، المقاربات (Approaches) لتُلزم الإعلاميّ أثناء تفاعله مع حدث له علاقة بالتطرّف والإرهاب، بما يلي:

- التفاعل مع الحدث بزمن قياسيّ، أي سرعة الاستجابة (Quick Response).
- تغطية النتائج المباشرة عن الحدث.
- تفسير الدوافع وتحليلها.

تالياً، قائمة المراجعة (Checklist) للمقاربات (Approaches) عند التفاعل مع حدث يرتبط بالتطرّف والإرهاب:

المقاربات (Approaches)	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل جرى تحديد نتائج هذا الحدث؟			
هل جرى تحديد أبعاد هذا الحدث؟			
هل الحدث من الأهمية بمكان بالنسبة للمواطن لتجري تغطيته إعلاميّاً وبشكلٍ فوري؟			
هل جرى تحديد جميع تفاصيل الحدث والمتورطين فيه والمتضررين منه؟			
هل البحث التحضيريّ كافٍ وجيد؟			
هل جرى تحليل لانعكاسات الحدث على المواطن؟			

تمريـــن (١)

تُعدّ سرعة الاستجابة (Quick Response) للحدث، أحد مؤشرات الأداء العالمية (Key Performance Indicators: KPIs) في مجال التغطية الإعلاميّة. ولأنّ سياقات الممارسة الصحافية، تظهر أن الضغوط الهائلة التي تمارس على وسائل الإعلام للاستحواذ على اهتمام المتلقي بالتركيز على تغطية عناصر العنف والإثارة، إضافةً إلى السّعي الحثيث للسبق الصّحافي ونشر الأخبار العاجلة والمثيرة، قد تغوي بنشر المعلومات قبل التأكد من دقتها وصحتها، لذا فإن الاشتراطات المهنية والأخلاقية للتغطية الإعلاميّة للأحداث الإرهابية، تستدعي أن يتمسّكَ الصحافيون، بالموازنة بين سرعة الاستجابة (Quick Response) ودقة المعلومات التي يعدون لنشرها.

فكيف تتحقق الموازنة بين سرعة الاستجابة (Quick Response) ودقّة الخبر؟

ثالثـاً: تبـدأ ممارسـة التغطيـة الإعلاميّـة لحـدثٍ مـرتبط بـالتطرّف، أو الإرهـاب، أو بـث خطـاب الكراهيّـة، (Deployment) عند النشر أو البثّ الأول، سواء كان مرئيّاً، أو مسموعاً، أو مقروءاً. وبـذا، فـإن التعـاطي الأولي مع الممارسة الإعلاميّة في تغطية هذا الحدث، يجب أن يتسم بالموضوعيّة (Subjectivity) في نقل الخبر، والشمولية (Comprehensive) في التغطية الكاملة للحدث من جوانبه التي تشمل المكان، والزمـان، والآثار، والمتـورطين والانعكاسـات الاجتماعـة، والاقتصـادية، والسياسـية، والثقافيـة، سـواء كانـت مباشـرة قصيرة المدى أو طويلة المدى.

وفي مجال الممارسة الإعلاميّة، أطلقت مجموعة من قيادات الإعلام العربي "مدوّنة العشرين من شباط، ٢٠٢٠"، التي تضم ٢٠ مبدأً للعمل الإعلاميّ العربي من أجل الأخوة الإنسانيّة[١]، ومن هذه المبادىء:

- التأكيد على جميع الحقوق الأصيلة للإعلاميّين، وفي صدارتها حريّة الفكر، والرأي، والتعبير، والإبداع، بصفتها حقوقاً لا تكتمل مسؤولية الإعلاميّ دونها.
- دعم قيم العدل والحق والمساواة وقبول الآخر، وتعزيز المواطنة والاندماج والعيش المشترك.
- نبذ الخطابات التي تهدد مبدأ حرية الاعتقاد، واحترام التعدّد والتنوّع الفكري.
- عدم نشر أو ترويج أيّ خطاب للكراهيّة، وتجنب أيّ محتوى إعلاميّ، محوره المقارنات بين الأديان والعقائد والمذاهب أو الطعن فيها وازدراؤها، والابتعاد عن استخدام المصطلحات التي يرى أصحاب الديانات والأعراق والأجناس المقصودة، أنها تمثّل إساءة لهم وحطّاً من شأنهم.
- إبراز أثر جرائم الحرب والعنف التي يدفع ثمنها الفادح، المدنيّون الأبرياء، والابتعاد عن تبني أو ترويج المواقف التي من شأنها إذكاء الحروب وزعزعة الاستقرار الإنساني.
- مراعاة البعد الإنساني في التغطية الإعلاميّة للجرائم والنزاعات والحوادث الإرهابية.
- مواجهة الصور النمطيّة المسيئة التي يحاول البعض ترويجها وترسيخها عن فئات من البشر، بسبب معتقداتهم أو أنواعهم أو أشكالهم أو أعراقهم.
- تشجيع المحتوى الإعلاميّ الإنسانيّ لإبراز التجارب الإيجابيّة المتعلقة بقيم الحوار والتسامح والمساواة ونشر الأخوّة الإنسانيّة.

الرسالة الإعلاميّة تتكون من رموز تحمل دلالات ومعاني، تصل للمتلقي فيعمل على فك رموزها لاستخلاص دلالاتها ومعانيها. فإن لم تكن الرموز محمّلة بدلالات ومعاني متوافقة مع ثقافة المتلقي فإنه سيفكها ويفهمها على نحوٍ خاطئ، فتحدث أثراً سلبياً لا يتوافق مع أهداف المصدر صانع ومصمم الرسالة الإعلاميّة، وهذا ما يُطلق عليه بالمهنيّة في ممارسة العمل الإعلاميّ.

---

[١] وكالة العين الإخبارية، https://bit.ly/3hpYMdY

رابعاً: لا بُدّ من تقييم (Assessment) التغطية الإعلاميّة لحدث مرتبط بالتطرّف، أو الإرهاب، أو بَثّ خطاب الكراهيّة، بصفته أساسا للوقوف على النواحي الإيجابيّة والسلبيّة في نجاح تغطية الحدث.

ومن أجل تحليل الفجوة (Gap Analysis) في التغطية الإعلاميّة لظاهرتي التطرّف والإرهاب، لا بُدّ من معرفة نقاط القوة (Strengths) ونقاط الضعف وتجاوزها (Weaknesses) والفرص (Opportunities) والمهددات (Threats) من خلال أداة التحليل الرباعيّ (SWOT analysis)، وكيفية تحويل المهددات إلى تحديات (Challenges).















نقاط القوة (Strengths):

- الإعلام الأردنيّ يتعاطى مع الأحداث المحليّة والإقليميّة والدوليّة.
- نسبة لا يستهان بها من الإعلاميّن الأردنيّن تتميز بسعة الاطّلاع والثقافة العالية.

تمريـــن (٢)

يتميّز الإعلام الأردنيّ بنقاط قوة أخرى هي: --

نقاط الضعف/ التحسين الممكنة (Weaknesses):

- لا يتوفر لدى غالبية وسائل الإعلام الأردنيّة كادر إعلاميّ مؤهل ومتخصص في التعاطي مع قضايا التطرّف والإرهاب، لذا فإنّ المعالجة الإعلاميّة السائدة تتسم بالسطحية والاجترار، لظاهرة يستدعي استشراؤها في العالم، عمقاً في التناول والتحليل وفق مقاربات غير تقليدية.
- لا تلتفت وسائل الإعلام الأردنيّة غالباً إلى ارآء الخبراء والمتخصصين في المجالات الأمنيّة، والاجتماعية، والنفسية، والثقافية، والدينية، والتربوية، لمعالجة الجوانب المختلفة لظاهرة التطرّف والإرهاب.
- تتسم تغطية الإعلام الأردنيّ لظاهرة التطرّف والإرهاب، بعدم الانتظام وعدم الاستمراريّة، ما يجعلها آنية مرتبطة بهذا الحدث الإرهابي أو ذاك، ثم تأخذ بالانحسار، فالتلاشي. ولا تغادر هذه التغطية عموماً، مربع الارتجال والعفوية مما يفقدها التماسك المنهجي.



تمرين (٣)

يَتسّم الإعلام الأردنيّ في مجال التغطية الإعلاميّة للتطرّف والإرهاب بنقاط ضعف أخرى، هي: -----------

----

تمريـــن (٤): نقـــاط للنقـاش

أ - هيمنــة الطابــع الإخبــاري علـى التغطيــة الإعلاميّـة الأردنيـة للتطـرّف والإرهـاب، تضـفي صـفة الاستعجال والسطحية على هذه التغطية التي لا تجيب سوى عن سؤال: مـاذا حـدث؟ وتتجاهـل الاسئلة المحورية، مثل: لمـاذا؟ ومـا هــي الخلفيــة والأبعاد، ومـا هـو الإطــار المحلي والاقليمي والدولي؟

ب- غيــاب التغطيــة الإعلاميّة الأردنيّة ذات الطابــع التفسيري والتحليـلي والاستقصـائي، سيـؤدي إلـى بقـاء المعالجـة الإعلاميّـة، سطحيـة، لا تغـوص فـي أعمـاق الظـواهر المرتبطـة بالإرهـاب وأسـبابها العميقــة، السياسـية، والاجتماعيــة، والاقتصــادية، والدينيــة، والثقافيــة، والعرقيـة، والمذهبية، والطائفية.

جـ- وسـائل الإعلام الأردنيّة تعالـج الحـدث الإرهابي بصفته حـدثاً منعزلاً، وليـس انعكاسـاً لظاهـرة، إذ تـولي اهتمامــاً للعمليـات الإرهابيــة أكثـر مـن ذاك الــذي توليـه لظـاهرة الإرهـاب، ذات الأسـباب والسياقات والانعكاسات العميقة.

خامساً: تتم عملية التنقيح (Refinement) من خلال التحليل العميق لجودة المحتوى والأداء الإعلاميّ في التغطية الإعلاميّة للتطرّف والإرهاب، من خلال المعايير التالية:

- استقاء المعلومة من المصدر الأساسي الموثوق (Trusted Source).
- عدم خلط المعلومة ضمن الخبر بالتكهنات أو التحليلات الذاتية (Speculation or Self-Analysis)، فإن استوجب الأمر تحليلاً، ضمن بنية الخبر، فلا بُدّ أن يكون مستنداً إلى معلومات كافية.
- عدم حذف أي جزئيّة مهمة من الخبر إلا لمسوّغ أخلاقي أو تحريري أو ما يتصل بالأمن الوطني، ولا ندع المشاعر الشخصية تتدخل في اختيارنا للأخبار ومضامينها.
- تحري الدقة في أسماء الأشخاص وألقابهم والبلدان والأحزاب. وفي الأرقام يجري التقريب للأرقام الكبيرة، كما استقرت عليه الأصول المهنية.
- التأكد من الخبر المستند إلى بيان (Statement) صادر عن منظمة أو حركة سياسية أو عسكرية حتى لو كان يحمل شعارها، والاتصال بالجهة صاحبة البيان (إن أمكن) قبل بث الخبر للتحقق.
- توظيف لقطات مختلفة للتعبير عن الحدث بحيث لا يتم الاكتفاء بما هو عام. فللقطات القريبة أهمية في إبراز المشهد، واللقطات الواسعة تؤسس للمشهد، والصوت الطبيعي المصاحب للصورة قد يكون بأهمية الصورة ذاتها.
- نستخدم المفردة الصحيحة لا مرادفتها: فالإعدام (Execution)، مثلاً، غير الاغتيال (Assassination)، وهما غير القتل (Murder)، وإن كانت النتيجة واحدة. والمتشدّد غير المتطرّف، وإن غلب أن يكون المتشدّد متطرّفاً.
- نقل الرأي بكلمات صاحب الرأي ذاته، مع فصلها عن المعلومات الأخرى في الخبر. وإذا تضمن الرأي تعبيراً خلافياً (Controversial Expression) سبقناه بكلمة تنصل من قبيل "ما أسماه كذا...".
- في حال النقل عن طريق شبكة الإنترنت، يجب:

- الانتباه إلى درجة موثوقية الموقع الذي يجري النقل عنه، وإلى مكانته.
- الانتباه إلى تاريخ تحديث الخبر المنشور على الإنترنت.

الممارسات الفضلى في التغطية الإعلاميّة (Best Practices)

مثل أيّة مهنة أخرى، فإنّ العمل في المجال الإعلاميّ يجب أن ينضبط بمجموعة من الإجراءات تحت مسمى (الإرشادات الأساسية للصحافة) لتحكم طبيعة المسار العملي في الأداء الإعلاميّ. وبالتميز عن أي مهنة أخرى، فإن العمل الإعلاميّ يُعدّ عملاً حسّاساً من حيث قدرته على التأثير بشكل جمعي على المجتمعات، وبالتالي فإنّ معايير تطبيق الأداء الإعلاميّ يجب أن تنتظم ضمن إرشادات أساسية، هي:

١) **اختيار الموضوع الإعلاميّ:** لا بُدّ للموضوع الإعلاميّ أن يكون مشتبكاً مع الحياة السياسية والاجتماعية والمعيشية للمتلقي، ويشترط أن تتميز هذه الموضوعات بميزة تحويلها إلى الشكل الإعلاميّ المناسب، وفي مكانه المناسب، سواء في صحيفة (ورقية أم الكترونية) أو في التلفزيون أو الإذاعة، وكذلك في الوقت المناسب (الراهنية Current). وبهذه الطريقة فقط، يمكن للوسيلة الإعلاميّة، أن تمارس دورها في التأثير. كذلك، يجب أن يجري اختيار الموضوع، بحيث يدعم الاستمرارية أو التناغم (Harmony) مع بقية موضوعات وسيلة الإعلام، وبما يدعم اختيار الموضوع الإعلاميّ وربط الجمهور المتلقي بهذه الوسيلة الإعلاميّة، وتحقيق الانعكاس الإيجابي على نجاح الإعلاميّ ذاته.

الجدول التالي يظهر قائمة المراجعة (Checklist) عند اختيار الموضوع الإعلاميّ:

الموضوع الإعلامي	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل الموضوع راهن وجديد؟			
هل له أهمية؟			
هل له صلة باهتمامات القُرّاء أو المشاهدين أو المستمعين؟			
هل يمكن لهذا الاهتمام أن ينتقل (Spread) إلى الآخرين؟			
هل يتناسب الموضوع مع صورة الوسيلة الإعلاميّة ومبادئها؟			
هل يمكن تغطيته في الوسيلة الإعلاميّة في المكان والتوقيت المناسبين؟			
هل يدعم التقارير الأخرى بطريقة مناسبة، وهل يُسهم في تطويرها؟			

توضيحات قائمة المراجعة (Checklist):

١- إنّ راهنية الموضوع (Current) وأهميته وحداثته إذا كانت (بدرجة عالية) يمكن أن ترتقي بالموضوع إلى مستوى (الخبر العاجل).

٢- إمكانية انتقال الموضوع الإعلاميّ إلى الآخرين إذا كانت (بدرجة عالية) فإنّ هذا يُسهم في سرعة الانتشار (Spread).

٣- إذا تناسب الموضوع مع صورة الوسيلة الإعلاميّة ومبادئها فإنّ هذا سيزيد من مصداقية هذه الوسيلة الإعلاميّة ودرجة مهنيّة الإعلاميّ.

٤- إذا جرت تغطية الموضوع في الوسيلة الإعلاميّة في المكان والتوقيت المناسبين، فإنّ هذا يعكس قدرة هذه الوسيلة الإعلامية على متابعة الأحداث.

تمريـــن (٥)

عند تغطية خبر عن (تفجير إرهابي)، فإنّ العناصر التي تحكم أهمية التغطية الإعلاميّة للحدث تتدرج ضمن العناصر التالية: يرجى ترتيبها حسب الأهمية.

حيثيات الخبر	درجة الأهمية
مكان الحدث	
عدد المصابين	
الجهة التي تبنت الحدث	
الانعكاسات السياسية والاجتماعية للحدث	
التغطية الإعلاميّة في الوسائل الإعلاميّة الأُخرى	
التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالحدث	

٢) **البحث عن الموضوع الإعلامي:** يترتّب على الإعلاميّ، مواكبة الأحداث والتطورات الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية، والدينية بكلّ انتباه، وتحليلها واستنباط الأسئلة حولها، والمواظبة على حضور اللقاءات الرسمية وغير الرسمية، ومراقبة الأحداث المهمة، حتى ولو لم يكن سيغطيها إعلامياً بشكل مباشر. وعليه كذلك، استغلال المناسبات للتواصل مع ممثلي الأحزاب، والجمعيات، والمؤسسات الفاعلة في المجتمع، إضافةً إلى متابعة وسائل الإعلام الأُخرى. وعلى الإعلاميّ كذلك، التواصل مع الناس والاشتباك معهم، وبخاصّةٍ في بيئته ومحيطه الشخصي، ليعرف همومهم ومشاغلهم ومخططاتهم، وتلقّي ملاحظاتهم ومتابعتها وتطويرها.

الجدول التالي يبين آليات البحث عن الموضوع الإعلاميّ:

أين أجد موضوعاً؟	المتطلبات
في تغطيات كل وسائل الإعلام.	المتابعة الحثيثة والمستمرة لجميع وسائل الإعلام الأخرى.
في البيانات الصحافية وعلى صفحات الانترنت للأحزاب والاتحادات والجمعيات والمؤسسات ...الخ.	المعرفة والدراية التامة بالمواقع الإلكترونية لجميع الجهات الفاعلة في المجتمع (محلياً، إقليمياً ودولياً).
في المؤتمرات الصحفية والندوات والنشاطات المختلفة.	الحضور والتفاعل.
من خلال العلاقات والتواصل مع حاملي مسؤولية القرار وفي أوساطهم الداخلية.	تنمية شبكة علاقات رسمية.
من خلال دراسة وتحليل أخبار وسائل الإعلام المهمّة.	القدرة على المتابعة والتحليل.
من خلال متابعة مواقع التواصل الاجتماعي ومقالات الإنترنت والمدوّنات.	القدرة على التفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
من خلال رسائل المتابعين، والجمهور المتلقي عموماً.	مستوى مرتفع من مهارات التواصل.

٣) **البحث الصحافي (الإعلاميّ):** من خلال البحث الصحافي، يجري فحص مدى صدقيّة المعلومات وأهميتها بطريقة نقدية، فضلاً عن أنه طريق لإطلاع القارئ والمشاهد والمستمع على الأخبار والأحداث التي ما كان ليصل إليها لولا عمل الإعلاميّين. ويفترض أن يعتمد الصحافيّون ووسائل الإعلام، البحث الصحفي، نهجاً مستقراً في عملهم، وتطويره.

خطوات البحث الصحفي (الإعلاميّ) في التسلسل المنطقي التالي:

١. تحديد الموضوع.

٢. جمع البيانات، والتأكد من أنّ هذه البيانات:

- دقيقة ومحدثة.
- موثوقة.
- معروفة المصدر.
- ذات صلة بالموضوع.

٣. صياغة مشكلة البحث من خلال:

- تحديد التساؤل الرئيس.
- تحديد الأسئلة الفرعية.

٤. تسجيل الملاحظات وتحليلها، على أن تتضمن:

- إجراء بحث تمهيدي للتأكد من كفاية البيانات.
- تسجيل المعالجات الإعلاميّة السابقة (الأرشيفية) أو المرادفة (التغطية الحالية) وتحليلها.
- تسجيل العوامل المؤثرة التي ترتبط بالموضوع وتحليلها.

٥. التحليل الاستقصائي العميق، من خلال:

- الإجابة عن السؤال الرئيس والأسئلة الفرعية.
- ربط نتائج التحليل بالواقع.
- تجهيز النتائج للنشر.

٦. نشر النتائج.

ما يلي قائمة المراجعة (Checklist) للبحث الصحافيّ (الإعلاميّ):

البحث الصحافيّ (الإعلاميّ)	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل اطّلعت على كلّ المصادر التي نشرت حول الموضوع؟			
هل فحصت مصداقيّة كل المصادر بطريقة كافية؟			
هل فحصت موثوقيّة كلّ المصادر بطريقة كافية؟			
هل تكفي نتائج البحث التمهيدي لبدء آخر مُوسّع؟			
هل تعتقد أنّ النتائج قابلة للنشر؟			

تمريـــن (٦)

جرى تكليفك بإجراء تحقيق استقصائي حول "الهِتاف الجماهيري المتطرّف في الملاعب الأردنية"، فإنّ إجراءات هذا التحقيق يمكن أن تستوجب (مع التعليل والتوضيح):

حضور مجموعة من الانشطة الرياضية والاختلاط بالجمهور	بالتأكيد	ليس بالضرورة
معرفة الدوافع والأسباب المحركة لهذا الهتاف المتطرف	بالتأكيد	ليس بالضرورة
تحليل الانعكاسات الاجتماعية لهذا الهتاف المتطرف	بالتأكيد	ليس بالضرورة

----

٤) **القصّة الصحافيّة (Story Telling):** هي وصف جديد لفن قديم جداً، بمعنى أن تقصّ القصص كما يُحبّ النّاس أن يسمعوها، فالسرد بوصفه فناً حديثاً في الصحافة يستند إلى حقيقة أنّ النّاس يفهمون المعلومات ويحفظونها أساساً بشكل أفضل، إذا سُردت عليهم بشكل قصصيّ، أي إذا جرت صياغتها وكأنها قصّة. لذلك تُسمّى هذه النزعة في الصحافة، بـ "الصحافة السرديّة".

يُمثّل الشكل التالي العناصر الأساسية للقصّة الصحافيّة:



عند التغطية الإعلاميّة للأحداث الإرهابية، تكون وسائل الإعلام في قلب مسألة سرد القصّة الصحافيّة، إذ تُعدّ في كثير من الأحيان "أكسجين الإرهاب" حسب العبارة الشهيرة لرئيسة الوزراء البريطانية السابقة "مارغريت تاتشر"، ذلك أنّ الإرهاب لا يستهدف ضحاياه المباشرين أو الفعليين، بل أولئك الذين يشاهدون تفاصيل الفعل الإرهابي.

تمرين (٧)

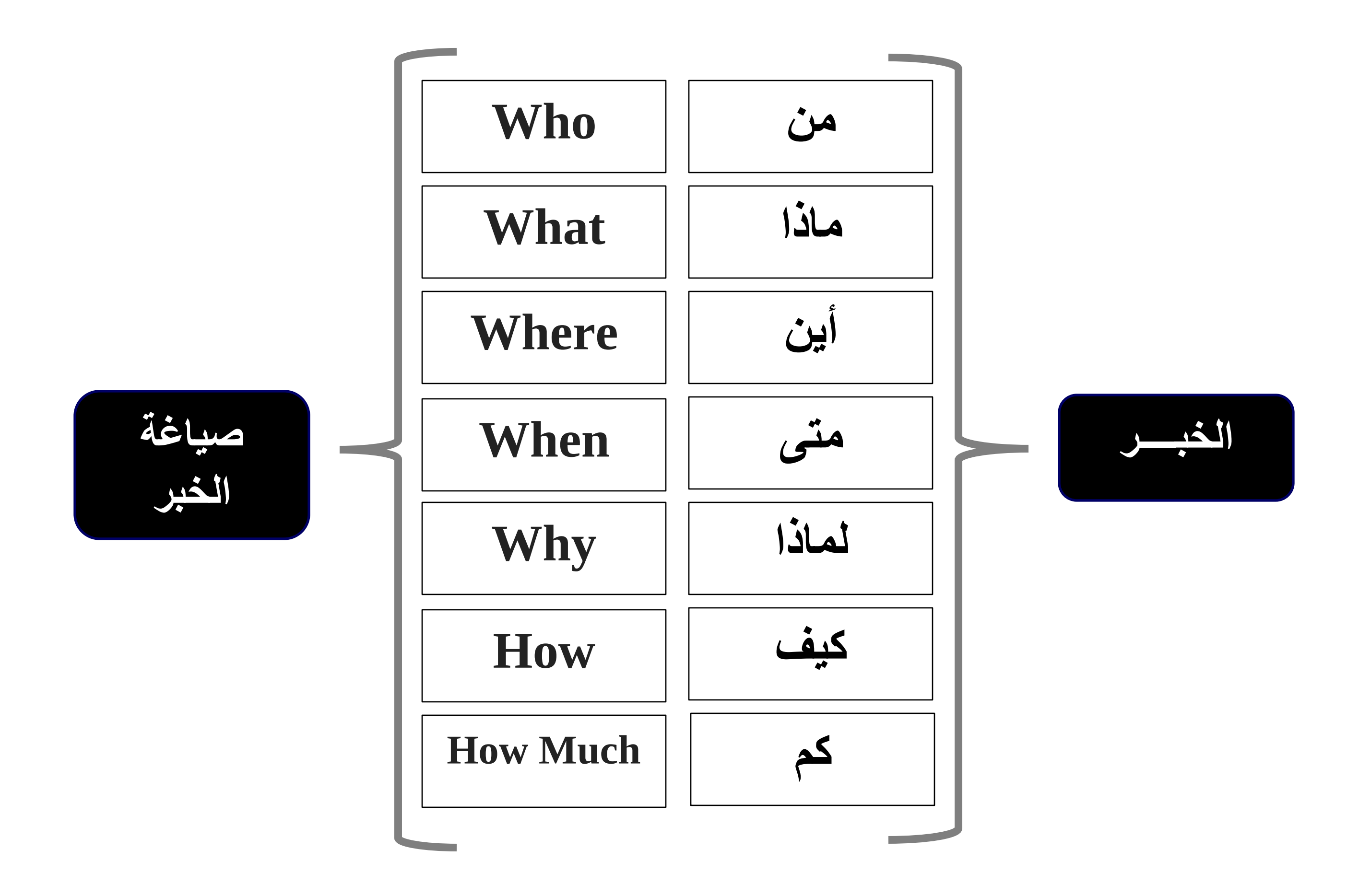
من خلال عناصر القصّة الصحافيّة، يجب أن تتسم التغطية الإعلاميّة للتطرّف والإرهاب بما يلي: أن تكون (القصّة الصحافيّة) مثيرة للإهتمام. إذا علمت، أن الجماعات المتطرّفة والإرهابية تتقصد من خلال أعمالها العدوانية والعنيفة، إثارة الاهتمام بين صفوف المواطنين، كيف يمكن للتغطية الصحافيّة أن تثير اهتمامهم، بطريقة تتخطى مقصد هذه الجماعات ؟

٥) **الخبـــر (News)**: ينقل الخبر حدثاً سياسياً أو اقتصادياً أو رياضياً أو اجتماعياً بطريقة تجمع بين الإيجاز والموضوعيّة، إذ تظهر طبيعته في نقل الحدث (المعلومات)، وهو لا يطلق أحكاماً أو تعليقات. وتكمن نواة الخبر في الجمل الأولى، ومن ثم يأتي تتابع المعلومات بتسلسل منطقيّ وفقاً لأهمية مضمونها في سياق الخبر.

لغة الخبر: تتميّز لغة الخبر بــ:

- الالتزام بالموضوعيّة.
- تتركب من جمل قصيرة.
- لا تحتوي على تحليل أو تقييم.

الخبر وفق (7Ws): حتى تكتمل صياغة الخبر حسب المؤشرات العالميّة، يجب أن تقوم هذه الصياغة على الأركان السبعة التي تسمى بـــ (7Ws) (Ange's Scribbles, 2019)، كما هي موضحة بالشكل التالي:



تالياً، قائمة المراجعة (Checklist) لصياغة الخبر (الإعلاميّ):

صياغة الخبر	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل يتضمن شيئاً جديدا وذا صلة باهتمام المتلقي؟			
هل الخبر راهن؟			
هل يقع الجزء الأهم من الخبر في البداية؟			
هل صِيغَ الخبر بطريقة حيادية وموضوعية؟			
هل الخبر موجز؟			
هل يتضمن الخبر تفاصيل غير مهمة؟			
هل يستطيع المتلقي فهم الخبر دون الاضطرار إلى متابعة مصادر إعلاميّة أخرى؟			
هل يجيب الخبر عن أربعة أسئلة على الأقل من أسئلة الـ (7Ws)؟			

٦) **التقرير (Report):** التقرير أصله خبر، لكنه يتوسّع أكثر في التفاصيل، وهو كذلك ينقل إلينا حدثاً راهناً ذا طبيعة سياسية، أو اقتصادية، أو رياضية، أو اجتماعية، بطريقة موضوعية. ووظيفة التقرير الخالصة هي نقل المعلومات. كذلك فإنّ التقرير الصحافيّ يسرد الأحداث بشكل ديناميكي تفصيلي، وهو يتميز عن سواه من الفنون الصحافية الأخرى، في أنه لا يقتصر على الجوانب الجوهريّة فقط، بل يولي أهمية لوصف مكان الحدث وزمانه بشكل كامل وواضح، وبلغة واضحة وسهلة وجذابة.

مميزات التقرير الصحافيّ (الإعلاميّ):

١. يهتم بتفاصيل الحدث وتفسيره.

٢. عرضه لا يستلزم السرعة مثل نشر الخبر، فإعداده يحتاج التمهّل للحصول على التفاصيل الكاملة للحدث.

٣. تعتمد صحافة الرأي على التقرير الصحافيّ بشكل كبير جداً.

٤. يقوم التقرير بإثارة اهتمام القارئ.

٥. أسلوبه بسيط وواضح وجمله قصيرة.

٦. التركيز على زاوية محددة للحدث.

الشكل التالي يظهر أنواع التقارير الإعلاميّة:

نوع التقرير	ما يهتم به	سمته
التقرير الإخباري	يهتم بتقديم البيانات والمعلومات الخاصة بخبر أو حدث معين لا يستطيع الخبر الصحافيّ تقديمها.	يتسم التقرير الإخباري بالتزامه بالأسلوب الموضوعي في تقديم البيانات والمعلومات الخاصة بالحدث (عدم تحيز الصحافيّ).
تقرير الشخصية	يهتم بتقديم وعرض شخصية ما من الشخصيات المهمة المرتبطة بحدث ما.	تلعب هذه الشخصية دوراً مهماً في الحدث.
التقرير الحي	يهتم بتقديم الأحداث الجارية بالتغطية المباشرة والحيّة للحدث.	يعمل على إبراز صورة الحدث أكثر من الكتابة أو التحدث في تفاصيلها.

ويمكن صياغة التقارير الصحافيّة (الإعلاميّة) بأنواعها الثلاثة، وفق الآليات التالية:

١. آلية تقرير الحقائق (Fact Story)، الذي يعرض معلومات وأرقاماً وحقائق بطريقة سهلة الاستيعاب.

٢. آلية تقرير الاقتباسات (Quote Story)، وهذه الآلية في إعداد التقارير مبنية أساساً على أقوال شخص أو مجموعة من الأشخاص.

٣. آلية تقرير الحادثة (Action Story)، والتركيز هنا على حادثة غير عادية أو واقعة لا تزال حديثة العهد.

ويمكن إعداد أي نوع من التقارير من خلال مزج الآليات الثلاث معاً.

ما يلي قائمة المراجعة (Checklist) لصياغة التقرير (الإعلاميّ):

التقرير	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل يحتفظ الحدث الذي سيغطيه التقرير بالراهنية؟			
هل يتضمن التقرير شيئاً جديدا ذا صلة باهتمام المتابع؟			
هل يستطيع المتلقي فهم التقرير دون أن يلجأ إلى البحث عن معلومات أخرى؟			
هل صِيغَ التقرير بطريقة حيادية وموضوعية؟			

٧) **التحليل الإخباري (News analysis)**: التحليل الإخباري أساسه التقرير، لكنه أكثر غوصاً في أعماق الحدث ومضامينه وأسبابه، وهو لا يُصدر أحكاماً، بل يزوّد المتابع بمعلومات شاملة ليشكل بنفسه رأياً حيال الحدث أو الظاهرة. وعلى الرغم من ساحات الاشتباك الجديدة على شبكات التواصل الاجتماعي، تحتفظ وسائل الإعلام بمكانتها التقليدية بوصفها مصدراً أساسياً للمعلومات، لما تقدمه من تحليلات وتفسيرات للرأي العام الذي يسعى الإرهاب للتأثير فيه.

لغة التحليل الإخباري:

- أن تكون موضوعية وحيادية كما في التقرير.
- يمكن أحياناً أن تستخدم لغة سردية.
- ينبغي أن يمتنع مُعدّ التحليل الإخباري عن إصدار أيّ حكم، ولكن عليه تشكيل القاعدة التي سيعتمد عليها المتلقيّ لتشكيل رأيه.

تالياً، قائمة المراجعة (Checklist) لصياغة التحليل الإخباري:

التحليل الإخباري	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل تصلح المعطيات الموجودة لإلقاء ضوء جديد على الحدث أو الواقعة؟			
هل صيغت المعلومات بطريقة منطقية ومفهومة؟			
هل بمقدور المتلقي فهم المعطيات الجديدة وتصوّر واقعيتها؟			

تمرين (٨)

وجدت دراسة أجراها مشروع (Pew Research Center's Internet & American Life) أن ٩٤٪ من مستخدمي الإنترنت الأميركيين لجأوا إلى شبكة الإنترنت للحصول على الأخبار، ووافق ٧٠٪ منهم على "أن حجم الأخبار والمعلومات المتاحة من مصادر مختلفة اليوم، هائل، وأن هذا سيزداد سوءاً في ظل مثل هذه النتائج في المجتمعات من حيث الانتشار الهائل للأخبار عبر شبكة الويب". تبعاً لذلك، فإنه ينبغي لمُعدّ التحليل الإخباري أن يمتنع عن إصدار أيّ حكم، لكن عليه أن يشكل القاعدة التي سيعتمد عليها المتلقي لتشكيل رأيه. فإذا كان التحليل الإخباري يحفر في أسباب حدثٍ إرهابي ودوافعه، فإن على الإعلاميّ:

- مراجعة الأخبار والتحليلات المتعلقة بالحدث على شبكة الإنترنت، وفرزها، وتصنيفها.

ما المقصود من هذه المراجعة؟ --

وقفة مع مهارة الاختزال (الاختصار) (Shorthand): يحتاج الإعلاميّ إلى إتقان مهارة الاختزال، وهي مهارة تعتمد على تقليل عدد كلمات الخبر وعنوانه، بطريقة تُعمّق المضمون وتضفي نوعاً من الجاذبية على الخبر.

تمريـــن (٩)

قصة قصيرة: في إحدى بطولات الكريكت التي اقيمت في الهند في الستينات، قام أحد اللاعبين بابتكار طريقة لرمي الكرة من خلال رميها باتجاه جسم اللاعب الآخر مباشرة، شغلت هذه الطريقة المراسلين الصحافيين. وقام أحد الصحافيين بصياغة الخبر واعطاءه العنوان التالي

(Throwing the ball in the line of the player's body)

وعند محاولة ارسال البرقية للصحيفة اكتشف أن المال الذي بحوزته لا يغطي تكاليف ارسال البرقية (حيث كانت القيمة المالية للبرقيات تعتمد على عدد الكلمات)، فبدأ باختصار الخبر قدر الإمكان، إلى أن وصل إلى حد من الاختصار لا يمكنه أن يفعل أكثر من ذلك وإلا فقد الخبر عناصره الرئيسية. وايضا لم تكفِ النقود، ولم يبق أمامه إلا أن يختزل العنوان، فاختزل العنوان ليصبح....

(In the body line)

وفعلاً كان هذا الاختزال في مكانه وأعطى عمقاً للخبر، وتم عمل فيلم سينمائي يحمل هذا الاسم، وأرجع الفضل لهذا الصحافي.

تفجير انتحاري في البصرة يودي بحياة العشرات والمئات من المصابين

حمى الله الأردن، قيادةً وشعباً، وحمى الاشقاء العراقيين.

أنظر العنوان التالي لخبر حادثة إرهابية في العراق الشقيق، وتحديداً في مدينة البصرة.

عدد كلمات العنوان عشر كلمات، هل يمكنك اختزال العنوان ما بين خمس إلى سبع كلمات؟

هل يمكنك أيضاً اختزال العنوان إلى ثلاث كلمات أو أقلّ؟

ملاحظة: ليس بالضرورة الالتزام الكامل بكلمات العنوان ذاتها.

المعدّ الذكي....

المقدّم الذكي....

المحرّر البارع.....

الصحافيّ المبدع....

الإعلاميّ الفذ....

لا يدعك تحرك ساكناً أمام التلفاز، ويجبرك على الانتباه المُركّز للبرنامج الإذاعي، والاستمرار في متابعة صحيفة بعينها أو موقع إخباري بعينه.



ويجعلك أيضاً تعاود الكرّة مراراً وتكراراً في اختيار الوسيلة الإعلاميّة التي تبنّت هؤلاء الإعلاميّين المبدعين.



التقديم التلفزيوني	التقديم الإذاعي
يتحدث المقدّم بلغة واضحة وطبيعية ويتجنّب الجمل الطويلة المعقدة	
تقديم الفقرة بطريقة طبيعية دون افتعال	على المضمون الصحافيّ أن يقدم نصاً يُحكى لا أن يُقرأ
الاعتماد على مدى تأثير المؤثرات البصرية والسمعية المستخدمة على مخيّلة المشاهد	الاعتماد على إثارة الصور في مخيّلة المستمع

تمريـــن (١٠)

إذا أراد مُقدّم برنامج إذاعيّ صباحيّ أن يوحي لمخيّلة المستمع بصورة نمطيّة للشخص المتطرّف فكرياً، فإنه يستخدم المفردات والمصطلحات التالية، كيف يمكن توظيفها في جمل قصيرة معبرة عن هذه الصورة النمطيّة؟

لا يتقبّل الرأي الآخر　　مُتصلّب برأيه　　مُسَلّمات　　غير موضوعي　　أُحادي النظرة

----

٨) **الحديث التلفزيوني (Talk Show):** برنامج يستضيف متحدثين لتناول موضوع سياسي، أو اقتصادي، أو اجتماعي، أو رياضي، وفيه يحتل الضيوف مركز الاهتمام بفضل خبراتهم في الموضوع.

من هم الضيوف المناسبون للحديث التلفزيوني؟

يجب اختيار ضيوف الحديث التلفزيوني جيداً، فنجاح الحلقة أو فشلها مرتبط بأجوبة وتوصيفات أو تقييمات ضيوفها، وبالتالي:

من المستحيل على الإعلاميّ الناجح أن يتمكن من انتاج برنامج تلفزيوني إذا عمل وحيداً؛ فالعنصر الأهم هو العمل الجماعي (المنتج والمُعدّ والمُقدّم والمخرج).

أولاً: على ضيف الحلقة أن يمتلك معرفة واسعة أو خبرة ثرية ومهمة في موضوع الحديث، وأن يستطيع تقديم نفسه بطريقة جيدة تلفزيونياً.

ثانياً: إذا وُجِدَ أكثر من ضيف، فيجب الانتباه لأن يمثل الضيوف مواقع مختلفة أو متعارضة، أي أدوار الخصوم لا أدوار الحلفاء. وبهذا يكتسب البرنامج ديناميكية ويشدّ الانتباه أكثر، وكذلك يجب أن يكون توزيع حصص المشاركين من الكلام، عادلاً.

تمريـــن (١١)

سؤال للنقاش.....

أيهما يعطي نتيجة أفضل للحديث التلفزيوني (Talk Show)؟ مع ذكر السبب

١- إذا كان مُعدّ البرنامج هو ذاته مُقدّمه؟

٢- إذا كان مُعدّ البرنامج ليس هو من يُقدّمه؟

بنية الحديث التلفزيوني

- يجب أن يبدأ كل حديث تلفزيوني بالمقدّمة التي تمهد للموضوع وتثير انتباه المشاهدين.
- يجري تقديم الضيوف بالاسم الكامل والوظيفة أو المركز وبدقة، ويُفضّل تقديم تعريف أوّلي بمواقفهم المختلفة حيال موضوع البرنامج.
- مُقدّم الجلسة أو مديرها يقود الحديث ويوجّهه، على ألاّ يبالغ في مداخلاته وأسئلته، ويجب الانتباه إلى أنّ الحديث التلفزيوني يتبع المسار الدرامي الذي توضع خطته مسبقاً في قسم الإعداد والتحرير.

تمريـــن (١٢)

مرّت الذكرى السنوية الرابعة عشرة لتفجيرات فنادق عمان، وبفضل الله سبحانه وتعالى لا يزال الأردن أقوى بحكمة قيادته وبسالة أجهزته الأمنية وتماسك مواطنيه، وتقرّر إجراء حديث تلفزيوني بمناسبة هذه الذكرى الأليمة لتعزيز روح الطمأنينة بين المواطنين، ونبذ العنف والإرهاب.

وتقرّر دعوة ثلاثة ضيوف للحلقة: رجل دين، وسياسي، وشخصية أمنية متقاعدة. ما هي أهم ثلاث مواصفات لكلّ ضيف من الضيوف الثلاثة؟

رجل الدين:

١- --
٢- --
٣- --

السياسي:

١- --
٢- --
٣- --

الشخصية الأمنية المتقاعدة:

١- --
٢- --
٣- --

ما يلي قائمة المراجعة (Checklist) للحديث التلفزيوني (Talk Show):

الحديث التلفزيوني	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل تم تحديد الموضوع بشكل واضح وملموس وهل له صلة قوية باهتمامات المشاهد؟			
هل وقت البرنامج يتّسع لهذا الموضوع وتفرّعاته؟			
هل كان البحث التحضيري جيداً وكافياً؟			
هل جرى اختيار الضيوف بشكل مناسب؟			
هل يمثل الضيوف وجهات نظر متباينة ومعروفة لمُعدّ البرنامج ومُقدّمه؟			
هل توزيع أماكن جلوس الضيوف مناسب من الناحية الدرامية؟ هل سيجلس الخصوم في مواقع متقابلة؟			

٩) **المقابلة التلفزيونية (TV Interview):** المقابلة التلفزيونية هي أحد أشكال الاستجواب الذي يجري فيه طرح أسئلة تهدف إلى التوصل لمعلومات شخصية أو موضوعية، وتقسم المقابلة التلفزيونية إلى ثلاثة أشكال هي:

١. **مقابلة الموضوع**: تنقل لنا معرفةً ما، فهي غنية بالمعلومات من خلال التحليل، والشرح، وإنارة الجوانب غير الواضحة.

٢. **مقابلة الرأي**: تنقل لنا مواقف الشريك في الحديث وتحاول أن تغوص في خلفيات تلك المواقف بشكل نَقديّ.

٣. **مقابلة الشخص**: ترسم صورة أو"بورتريه" لأشخاص مثيرين للاهتمام، وتكون مقابلة مثيرة للمشاعر وعاطفية أيضاً.

ملاحظة: لا يمكن الفصل تماماً بين هذه الأشكال في الممارسة، إذ يمكن أن تكون:

- **مقابلة الرأي تناقش موضوعاً بعينه.**
- **قد تكون مقابلة الشخص هي مقابلة لتحليل رأي أو موضوع بعينه.**

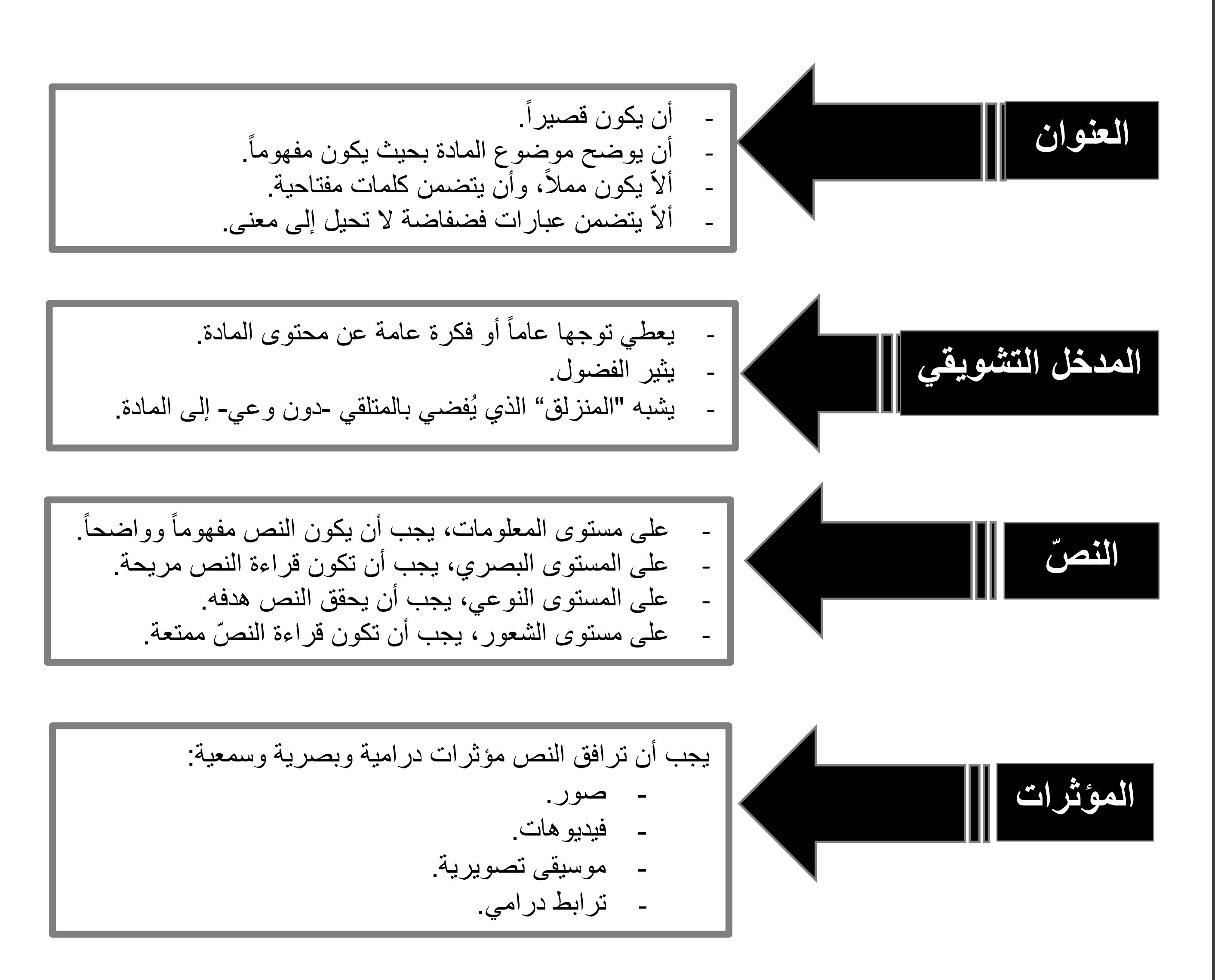
يبين الجدول التالي أسس المقابلة التلفزيونية ومعطياتها:

التحضير للمقابلة	- يشمل التحضير بحثاً شاملاً حول مادة المقابلة والشخص الذي ينبغي مقابلته. - تحديد الموضوع بوضوح وبشكل ملموس وتجنب التعميم المفرط.
بنية المقابلة	تبدأ كل مقابلة بالمقدمة، إذ: - يقدم مدير الجلسة الضيف معرّفاً باسمه الكامل وموقعه. - الأسئلة المركّزة تمثل الجزء الأساسي من المقابلة. - المرونة في إجراء الحديث، بالتفاعل مع إجابات الضيف.
طرح الأسئلة	- تجري صياغة الأسئلة خلال عملية التحضير، ويجب أن تكون تلك الأسئلة، قصيرة ومحددة. - استخدام الأسئلة المفتوحة في الجزء الأول من المقابلة لتشجيع المتحدث على التوسّع في الإجابة. - استخدام الأسئلة المغلقة في الجزء الأخير من المقابلة للتوصّل إلى النتائج النهائية.
ضيف المقابلة	- هل يستطيع الضيف الإجابة عن الأسئلة الموجهة إليه؟ - هل يحمل الضيف مسؤولية تخوّله اتخاذ موقفٍ خاصٍ أم أنه يُعرب عن رأي طرفٍ آخر، كأن يكون ناطقاً رسمياً باسم مؤسسة ما؟

ما يلي قائمة المراجعة (Checklist) للمقابلة التلفزيونية (TV interview):

المقابلة التلفزيونية	بدرجة عالية	بدرجة متوسّطة	بدرجة ضعيفة
هل للموضوع صلة قوية باهتمامات المشاهد؟			
هل تم تحديد الموضوع بشكل واضح؟			
هل الضيف هو الشخص المناسب، وهو الخبير بالموضوع؟			
هل الاسم الكامل ومركز أو وظيفة الضيف معروفة بدقة؟			
هل البحث التحضيري جيد وكاف؟			
هل تُدخِل المقدّمة المشاهد في الموضوع بشكل مفهوم ومثير للانتباه؟			
هل هناك انتقال درامي ما في المقابلة؟			
هل تم توضيح التفصيلات التقنية ذات الصلة بالمقابلة خلال الحديث التحضيري مع الضيف؟			

١٠) **الكتابة للإنترنت:** جميع الأشكال الصحافيّة المعروفة موجودة كذلك على شبكة الإنترنت (الخبر، التقرير، المقابلة...الخ)، وليس هناك أسلوب خاص للكتابة في الإنترنت، حيث تتبع كتابة النص للشبكة تلك القواعد ذاتها التي يتطلبها النصّ المطبوع. لكن هناك بعض السمات الخاصة؛ حيث يلعب كل من العنوان والمدخل التشويقي بشكل خاص دوراً أكبر في الشبكة، وعليهما أن يكونا مشوّقين وجذابين لحفز المتابع فيواصل القراءة، ويجب أن يحتويا على الكلمات المفتاحية المركزية، ليتمكن المتابع من العثور عليهما.



١١) **الاستخدام الصحافيّ لشبكات التواصل الاجتماعي:** وضع ظهور شبكات التواصل الاجتماعي، الصحافي أمام مواقع تفاعلية تمكّنه من بناء جمهور من القُرّاء والتواصل معهم والإفادة من تعليقاتهم في تطوير أدائه. وقدّمت مواقع التواصل الاجتماعي مجموعةً من الأدوات لتنويع طرق مشاركة المحتوى، وأتاحت الربط بمواقع تفاعلية أخرى، إضافة لإطلاقها عدداً من الصفحات (Pages) لخدمة الصحافيين للإفادة المثلى من هذه المواقع في العمل الصحافيّ، الأمر الذي يُقدّم خدمة كبيرة للصحافيّ ويختصر عليه كثيراً من الخطوات في توسيع انتشاره.

ما يلي عرض لمواصفات مواقع للتواصل الاجتماعي تفيد العمل الصحافيّ:

فيسبوك (Facebook): الأكثر انتشاراً، ويُعدّ منصّة للإعلام الاجتماعي، ولا بُدّ للإعلاميّ من امتلاك حساب على شبكة "فيسبوك"، وتفعيل خاصيّة الصفحات (Pages).

تويتر (Twitter): في المستوى الثاني من حيث الانتشار، ويغلب عليه طابع الإعلام السياسيّ والاجتماعيّ، ولا بُدّ للإعلاميّ من امتلاك حساب على شبكة "تويتر".

يوتيوب (YouTube): في المركز الثالث عالمياً، ويغطي جميع الأنشطة من خلال دعم تقنية الفيديو، ويجب على الإعلاميّ امتلاك قناة خاصّة (YouTube Channel) على "اليوتيوب".

انستغرام (Instagram): يشغل المركز الرابع عالمياً، ويغلب عليه النشاط الفني وتغطية أخبار مشاهير الفن والرياضة، ولا بُدّ للإعلاميّ المهتم بهذا النوع من الأنشطة، امتلاك حساب على شبكة "انستغرام".

يحتاج الإعلاميّ لتفعيل خاصيّة التنبيه (Alerts) من أجل التواصل مع كلّ الأخبار (On the spot)

١٢) **استخدامات الهاتف الذكي (Smart Phone) بالنسبة للصحافيّ:** في السنوات الأخيرة، لعبت صحافة "الموبايل" أو صحافة الهاتف المحمول دوراً مهماً في تمكين الصحافيّ المحترف، والمواطن الصحافيّ من

على الصحّافيين الحصول على التدريب التقنيّ اللازم لاستخدام الهاتف المحمول في التغطيات الإخبّارية. وهذه الكفاءات التقنيّة يجب أن تقترن بالمهارات الصحافيّة الأساسية، مثل السرد الإخباري، والتحقّق من المصادر.

التغلّب على بعض التحديّات والمصاعب، وأسهمت في تعزيز حرية التعبير وحق الحصول على المعلومة. وهي تُعدّ اليوم أسلوباً رائداً في العمل الصحافيّ؛ فوجود الهواتف الذكية بأيدي الصحافيّين يمكنهم من تغطية أحداثٍ كبيرةٍ في وقت مناسب وبأمان أكثر.

يُمكن تعريف صحافة الهاتف المحمول، بأنها "عملية جمع الأخبار ونشرها باستخدام هاتف ذكي". وهي مسار جديد في تغطية الأخبار وبثّها.

ما يلي، شكل توضيحي لتطبيقات الهاتف الذكي:

السرعة والفعاليّة

يمكن لصحافيي الهاتف المحمول إرسال المواد الإخبارية مباشرة إلى غرفة الأخبار بنقرة واحدة، إما عبر البريد الإلكتروني أو تخزين السحابة (Cloud Storage) أو أي تطبيق خاص بالمؤسسة. كما يمكن للصحافي إرسال المواد مباشرة إلى الجمهور والتفاعل معه عبر شبكات التواصل الاجتماعي، بموازاة التغطية الصحافية على الشاشة. ومن خلال التدريب المناسب يمكن للصحافي أن يكون المصور والمحرر والمصمم.

الإبداع والتجريب

تتيح صحافة الهاتف المحمول للصحفيّين، استكشاف مهاراتهم واختبار التقنيات المتوفرة، بل واكتشاف أساليب جديدة في رواية القصص الصحافيّة، فالهواتف الذكية توفر للصحافيّين ووسائل الإعلام فرصة كبيرة ليصبحوا القوة الدافعة لثورة تغيّر أسلوب استهلاك المعلومات ومفهوم التواصل.

البثّ المباشر

تُوفّر الهواتف الذكية إمكانية البث المباشر بشكل أبسط، وهي أقل تكلفة من خلال تطبيقات خاصة تسهل ذلك. فالوصول إلى جمهور أثناء البث هو ميزة أساسية في صحافة المحمول، وكذلك قياس مستوى أداء المحتوى من خلال إحصائيات فورية. وقد أتاحت خدمة البث المباشر عبر المنصات الاجتماعية للصحافيّين، التفاعل مع جمهورهم أثناء البث. فجل ما تحتاجه هو اختيار التطبيق المناسب بناء على معايير محددة، مثل احتياجات البث والجمهور المستهدف والتكاليف التقنية.

ويبين الجدول التالي تطبيقات مجانية مفيدة للصحافيّين:

الموقع الإلكتروني	الاستعمالات	التطبيق
Apps on Google Play iPhone Apps	تتيح للصحافيّ خاصية التوضيح التي تعزز جودة الصورة.	Camera +
Apps on Google Play iPhone Apps	تطبيق احترافي يتيح تسجيل الصوت أو التقاط الأصوات في الميدان. يمكنه تسجيل الصوت لمدة غير محدودة.	Voice Recorder Pro
Apps on Google Play iPhone Apps	البث الحي عبر الإنترنت مع خاصية تحديد الموقع الجغرافي.	Periscope
Apps on Google Play iPhone Apps	يتيح تسجيل أي مكالمة واردة على الهاتف الذكي، ممّا يمكّن الصحافيّ من تسجيل الحوارات والتصريحات التي يجريها عن طريق المكالمات الهاتفية.	Automatic Call Recorder
Apps on Google Play iPhone Apps	يتيح للصحافيّ كتابة نص، أو التقاط صورة، أو تحميل ملف، أو تبادل الملفات، أو تبادل ملاحظات مع مستخدم آخر، ويتيح نقل كل هذه المعلومات من التطبيق على الهاتف إلى البرنامج على الحاسوب أو العكس.	Evernote
Apps on Google Play iPhone Apps	يتيح هذا القارئ الذكي قراءة الأخبار التي ترد على الصحف والمواقع الإلكترونية أوّلًا بأوّل، مع تبيان أي الأخبار حقق نسب مشاهدة كبيرة. ويمكن للصحافيّ البحث في القائمة عن المواقع التي يرغب فيها ومن أي بلد.	Feedly
Apps on Google Play iPhone Apps	يتيح للصحافيّ التثبت من هويات من يتصلون بهم.	Truecaller
Apps on Google Play iPhone Apps	يتيح للصحافيّ تحرير الفيديوهات وإضافة تأثيرات بشكل سريع على الفيديوهات التي تلتقطها كاميرا الهاتف وتحميل الفيديو على اليوتيوب أو فيسبوك بصيغة HD وسهولة الاستخدام، إضافة لدمج الصور والفيديو والصوت.	Power Director

Apps on Google Play iPhone Apps	يُعدّ واحداً من أشهر القواميس الصحافيّة، يشتمل على عشرات المصطلحات الخاصّة بمجال الإعلام.	Dictionary of Journalism Study
Apps on Google Play iPhone Apps	يتيح للصحافيّ تعديل الصور، وإضافة خصائص جديدة للكاميرا أثناء التقاط الصور وتجميعها والرسم على الهاتف، وإضافة إطارات ونصوص.	PicsArt
Apps on Google Play iPhone Apps	يتيح للصحافيّين في ٢٢٠ بلداً معرفة المواقع التـي يزورونهـا، والوقـت الـلازم للوصـول إليها، واستخدام الـ (GPS) لتحديـد مـواقعهم والمسار الراغبين في اتباعه.	Google Maps

2 المحور الثاني

التربية الإعلامية والمعلوماتية

Media and Information Literacy

تمهيد

بحسب اليونسكو، ترتبط التربية الإعلاميّة والمعلوماتية بالقدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام وغيرها من مصادر المعلومات، لفهم وتقييم محتوياتها ووظائفها بأسلوب نقدي، والمشاركة في إنتاج المحتوى الإعلاميّ والمعلوماتي ثم استخدامها بطريقة إبداعية لخلق قنوات تواصل في سياقات متنوعة بما فيها التعليم والتعلم والتعبير عن الذات والإبداع والمشاركة المدنية.

وتعزّز التربية الإعلامية قدرات الأفراد على مواجهة تدّفق الإشاعة والأخبار السلبية، أو تلك التي تتضمن نزعات كراهية وتعصّب وتحريض على العنف.

التربية الإعلاميّة ليست "مشروع دفاع" يهدف إلى الحماية فحسب، بل هي "مشروع تمكين" أيضاً، يهدف إلى إعداد الأفراد والجماعات لفهم الثقافة الإعلاميّة التي تحيط بهم.

ويرى (Alton Grizzle) وآخرون في دراستهم للتربية الإعلاميّة والمعلوماتية (MIL)، أنها مجموعة القدرات والمهارات والاتجاهات التي تمكن (جمهور العامة) من فهم وتحليل ومشاركة المحتوى الإعلاميّ بفعاليّة، من خلال تطوير مهارات التفكير النقدي (Critical Thinking Skills) ومهارات التعلّم المستمر (Continuous Learning Skills). وتمكن هذه المشاركة الفاعلة المتلقي من التفاعل الإيجابي مع المجتمع. وتنطوي التربية الإعلاميّة كذلك على إكساب الأفراد قدرات تقييم وتحليل الرسائل الإعلاميّة (Media Messages) (Grizzle et. al, 2014).

وللتربية الاعلاميّة آثاراً عظيمة، فميدانها الأول والأساس هو الفرد الذي تنعكس على سلوكه وقيمه واتجاهاته المختلفة في الحياة، فضلا عن أن بناء الفرد معرفياً، وسلوكياً، وقيمياً، يُعدُّ مُنطلقاً ومُرتكزاً أساسيّاً في بناء المجتمع. ولعلّ الميزة التي يتمتّع بها الإعلام، ويفتقدها سواه من المهن، هو تَعدّد المستقبلين، وتَعدّد سُبل نقل رسالته.

لقد بات واضحا، أنّ لغياب مهارات التربية الإعلاميّة، آثاراً وخيمة تبدأ بالفرد، مُروراً بالمجتمعات، وانتهاءً بالأمّة. كما باتت بعض وسائل الإعلام تشكل واجهة للإقصاء والتطرّف والتشجيع على العنف المجتمعي واستقطاب الفكر الإرهابي من خلال تبني خطابه بقصد أو من دون قصد، وكذلك توجيه المتلقين لاتخاذ مواقف تبثّ خطاب كراهية لتهدّد بذلك السلم المجتمعي. لذلك فإن للدور التنويري لوسائل الإعلام والتربية الإعلاميّة والأفراد في مكافحة التطرّف والإرهاب، والتصدي لخطاب الكراهية داخل المجتمعات، أهمية

كبيرة، خاصة في تعزيز التفكير النقدي ومهارات التحقق لدى المتلقي حتى يتصدى لخطاب الكراهية ونزعات التطرّف.

لقد أحكم الإعلام سيطرته على العالم، مسلياً، مربياً، معلماً، وموجهاً، وهو يظهر كل يومٍ بوجه جديد، وفي كل فترة بأسلوبٍ مبتكر، وفي كل مرحلة بتقنيّة مدهشة، متجاوزاً حدود الزمان والمكان، حيث أصبح للإعلام النصيب الأكبر في التنشئة الاجتماعية والتأثير والتوجيه.

التربية الإعلاميّة والمعلوماتية (Media and Information Literacy (MIL

في عام ١٩٨٣ لفتت اليونسكو الانتباه إلى أهمية المبادئ الأخلاقية العالمية للصحافة في "إعلان المبادئ الدولية حول أخلاقيات الصّحافة". ومن بين هذه المبادئ ما يشغل مكانة فارقة لارتباطه بالمسؤولية الاجتماعية للصّحافيين، واحترام المصلحة العامة، وكذلك الوصول إلى المواطنين ومشاركتهم (-Frau (Meigs, 2007.

ومع تصاعد تأثير وسائل الإعلام المعاصرة يزداد الدور التنويري للتربية الإعلاميّة في المجتمع، فيتسنى للفرد فهم كيفية التعامل مع وسائل الإعلام، الأمر الذي سينعكس مباشرة على مشاركته السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، وتحفيز روح المواطنة الفاعلة، وتنمية الموارد البشرية.

تنضوي تحت عنوان التربية الإعلاميّة والمعلوماتية (**MIL**)، المفاهيم الفرعية التالية:

١- **التربية الإعلاميّة (Media Literacy: ML):** تنطوي على تفعيل مجموعة من القدرات التي تهدف إلى التفاعل والمشاركة الفاعلة مع الرسائل الإعلاميّة، وتحليلها وتقييمها وإنتاجها، وهذه القدرات هي:

- القدرة على (**الوصول**) (**Access**) للمعلومات ولجميع وسائل الإعلام، المرئية، المقروءة، والمسموعة، سواءً كانت تقليدية أو إلكترونية.
- القدرة على (**تقييم وتحليل**) (**Evaluate and Analyze**) المحتوى الإعلاميّ الذي تقدّمه وسائل الإعلام المختلفة.
- القدرة على (**إنتاج**) (**Create**) المحتوى الإعلاميّ، وإبداء الرأي والمشاركة.

٢- **التربية المعلوماتية (Information Literacy: IL):** تنطوي على زيادة القدرة على الوصول إلى مصادر المعلومات المختلفة والمتعددة، وينضوي تحت عنوان التربية المعلوماتية، المفاهيم التالية:

- المعرفة الشاملة بمصادر المعلومات (**Information Sources**)، وقواعد البيانات (**Databases**) التقليدية والرقميّة، وأهمها المعرفة الشمولية بوسائل الإعلام المرئية، المقروءة والمسموعة، سواء كانت تقليدية أو إلكترونية.
- القدرة على الوصول لمصادر المعلومات وقواعد البيانات، وامتلاك القدرة على التعامل الفعال معها.
- تطوير مهارة التحليل والتحقق من المعلومات والبيانات.
- تطوير القدرة على إنتاج (**Create**) المعلومات والتفاعل والتشارك.

٣- **التربية الإخبارية (News Literacy: NL):** تنطوي على القدرة على تحليل الأخبار والتحقق من مصادرها ومصداقيتها. وتنضوي تحت عنوان التربية الإخبارية، المفاهيم الفرعية التالية:

- القدرة على الوصول إلى المصادر الإخبارية الموثوقة.
- القدرة على تحليل الأخبار.
- القدرة على تقييم الأخبار ونقدها والتحقق من مصداقيتها.
- تطوير القدرة على التفاعل مع الأخبار وإنتاجها والإستخدام الآمن للمنصات الإخبارية والإلتزام بالأخلاقيات التي تحكم هذا الإستخدام والإنتاج من خلال مفهوم المواطن الصحفيّ (**Citizen Journalist**).

٤- **التربية الرقميّة (Digital Literacy: DL):** وتنطوي على تطوير القدرة على توظيف تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات (**Communication and Information Technology**) من أجل الوصول إلى البيانات الرقميّة، وتقييمها وتحليلها وفهمها. وتنضوي تحت مفهوم التربية الرقميّة، المفاهيم الفرعية التالية:

- تطوير قدرات التعامل مع التقنيات الرقميّة المعاصرة.
- تطوير القدرة على الوصول إلى الوسائط الرقميّة (**Digital Media**) المختلفة.
- تطوير قدرات التقييم والتحليل للمحتوى الرقميّ.
- تطوير قدرات التفاعل الأخلاقي الرقميّ من خلال انتاج المحتوى الذي يلتزم بالأخلاقيات.

مهارات التربية الإعلامية والمعلوماتية:

أوّلاً: مهارة الوصول أو النفاذ (Access)، وتستدعي دراية وافية بوسائل الاتصال والتقنيات الحديثة.

ثانياً: مهارة التحليل والتقييم (Analyze and Evaluate)، وتستدعي اتقان مهارات التفكير الناقد وتحليل المحتوى.

ثالثاً: مهارة التفكر (Reflect)، وتستدعي الانتباه للقيم والأخلاقيات وكشف التحيز والتضليل.

رابعاً: مهارة الإنتاج (Create)، وتستدعي مهارة التعبير وإنتاج المادة المصوّرة والفيديو.

خامساً: مهارة المبادرة أو القيام بعمل (Act)، وتستدعي مهارة التواصل والقدرة على التنفيذ.



أدوات التربية الإعلامية والمعلوماتية:

تترسخ **أدوات التربية الإعلاميّة** في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية كما يلي:

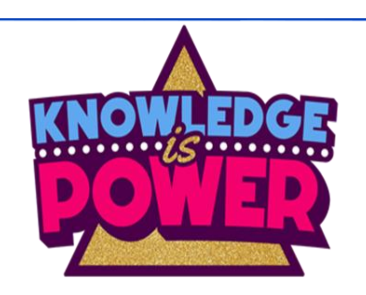
أولاً: كفايات التعلّم الناتجة عن التربية الإعلاميّة

١- القدرة على فهم الرسائل الإعلاميّة وتفسيرها، واكتشاف ما تحمله مضامينها. وتطرح إشكالية تغطية الأحداث (الإرهابية) وأحداث (التطرّف) عِدّة تساؤلات تتعلّق بكيفية وطريقة تقديم الحدث للجمهور. بالنسبة لوسائل الإعلام والإعلاميّين، فإنّ تغطية هذه الأحداث بخصوصيتها وخطورتها وأبعادها السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والدينية، وتحدّياتها الكبيرة، تتضارب بالتعقيد الناتج عن تلبية جميع التحديات المتمثلة في:

- الحق في المعرفة.
- حماية الأمن القومي.
- الالتزام بأخلاقيات المهنة.

٢- القدرة على إنتاج المضامين الإعلاميّة ذاتِ التأثير الموجّه لحماية الوطن والمجتمع للتغطية الإعلاميّة المعنية بمكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية، وإيصالها إلى الجمهور المستهدف.

المعرفة قوّة (Knowledge is Power)



إن التربية المعلوماتيّة تمثّل القدرة على:

- الوصول إلى المعلومات.
- تقييم وتحليل المعلومات.
- إنتاج المعرفة.

ويمكن الوصول للمعرفة من خلال المراحل التالية:

المرحلة الأولى: التعامل مع البيانات (Data): وتمثّل البيانات دراية أوليّة لمعلومات خام، وتكون هذه البيانات:

- غير مصنفة.
- غير واضحة.
- متداخلة ومتشعبة.

المرحلة الثانية: التعامل مع المعلومات (Information): وهي تمثّل البيانات بعد:

- فرزها.
- تصنيفها.
- تحريرها.

وبالتالي تتحول البيانات إلى معلومات قابلة للفهم والاستفادة منها.

المرحلة الثالثة: المعرفة (Knowledge): وهي تمثّل المعلومات عندما يتم:

- توظيفها.
- تجريبها.
- اختبارها.

سؤال للنقاش.....

بعد الوصول للبيانات المتعلقة بهجوم إرهابي على مدنّيين في مكان ما من العالم، وبعد فرز وتصنيف هذه البيانات وتحويلها إلى معلومات، كيف يمكن ترجمتها إلى معرفة تستطيع من خلالها تحصين المجتمع من أفكار العنف والإرهاب؟

ثانياً: الدافعيّة للتعلم

من أهم أدوات التربية الإعلاميّة هي الدافعيّة للتعلّم، بسبب خصوصيّة موضوعها ومجالها، فهي تبحث في حقل محسوس يتصل مباشرةً بحياة الفرد اليوميّة، فيكون أدعى لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسراره. ومن منطلق الدافعيّة للتعلّم (بصفتها أداة من أدوات التربية الإعلاميّة) في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب، يتكامل الدور التربوي والإعلاميّ معاً في التصدّي لهذه الظواهر، من خلال استخدام مهارات التفكير العليا (عبر التغطية الإعلاميّة).

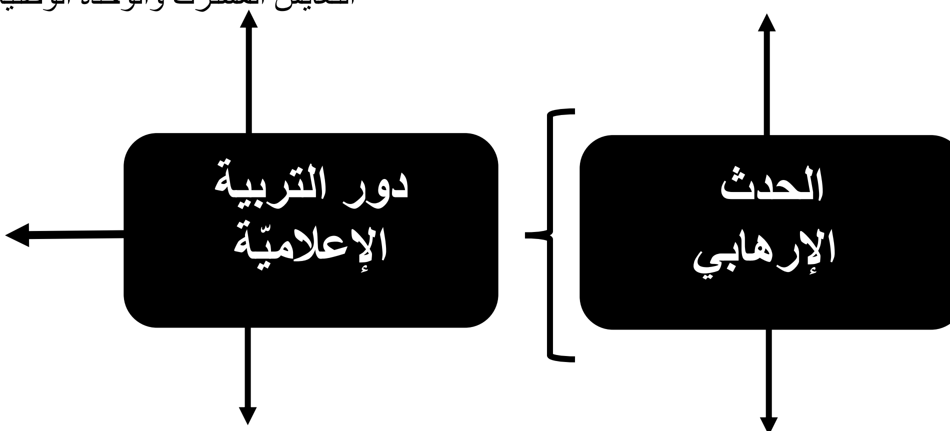
مهارات التفكير العليا

1. **مهارة التفكيـــر الناقد.**
2. **مهارة التفكير الإبداعي.**
3. **مهارة اتخاذ القــــرار.**
4. **مهارة حــل المشكلات.**

ما يلي، تفصيل لآليات التغطية الإعلاميّة لمكافحة التطرّف والإرهاب:

الجهـة المُنفـذة مجهولـة المصـدر: هنـا يجب الانتباه لـ:
عدم كَيل الاتهامات لأيّ جهاتٍ داخليـة، وعـدم إطـلاق التكهنـات والالتـزام بضوابط التغطية الإعلاميّة المهنية.

تحليل وتفسير المبررات من خلال:
- تفسير وجهـة نظـر الجهـة المُنفـذة وإثبـات عمق الأخطاء والمغالطات فيها.
- التحليل الذي يؤدي إلى التأكيد على قدرة المجتمع على التماسك من خلال قيم التعايش المشترك والوحدة الوطنية



بث الرسالة الإعلاميّة التي تعمل على:
- بَـثّ روح الطمأنينـة بـين المواطنين.
- الإشادة بحرفيّة تعامل الأجهزة الأمنية مع الحدث.
- التأكيد على نَبذ العنف والإرهاب.

الجهة المنفذة معلومـة المصـدر: هنـا يجب الانتباه لـ:
عـدم كيـل الاتهامـات لأي جهـات داخليـة أخـرى، والإلتـزام بضـوابط التغطية الإعلاميّة المهنية.

توجيه الخطاب الإعلاميّ نحو:
- مكافحة الفكر الظلاميّ، من خلال تحليل هذا الخطاب بأدوات الإعتدال والتعايش والوسطية
- إشراك شريحة كبرى من المتخصصين في المجالات الفكرية المختلفة لمجابهة هذه الظواهر
- التقليل من انعكاسات الآثار الناجمة عن الحدث الإرهابي من خلال تعظيم قوة تلاحم القيادة والشعب.

أنواع الإعلام المعاصر

١	الإعلام التقليدي Traditional Mass Media	ويتمثل فـــي: - الصحافة اليومية والأسبوعية. - التلفزيون. - الإذاعة.

٢	الإعلام الجديد New Media	

ويتمثل فـــي:

١- الصحافة الإلكترونية المهنية (Online Journalism). وهي صحافة تعتمد النشر على شبكة الانترنت، وتتميز بـ:
- يديرها صحافيون مهنيون.
- تلتزم بالقواعد المهنية والمبادىء الأخلاقية للصحافة.

٢- صحافة المواطن (Citizen Journalism). وهي صحافة تمثل القاعدة الشعبية من خلال منصات على شبكة الإنترنت، وتتميز بـ:
- يديرها جمهور العامة.
- ليس بالضرورة أن تلتزم بالقواعد المهنية والمبادىء الأخلاقية للصحافة.

٣- الإعلام الاجتماعي (Social Media). وهي صحافة تمثل ما ينشر على مواقع التواصل الاجتماعي، وتقسم إلى:
- صفحات تابعة لوسائل إعلام وإعلاميين تلتزم بمهنية وأخلاقيات العمل الصحافي.
- صفحات تابعة لجمهور العامة، وليس بالضرورة أن تلتزم بالقواعد المهنية والمبادىء الأخلاقية للصحافة.



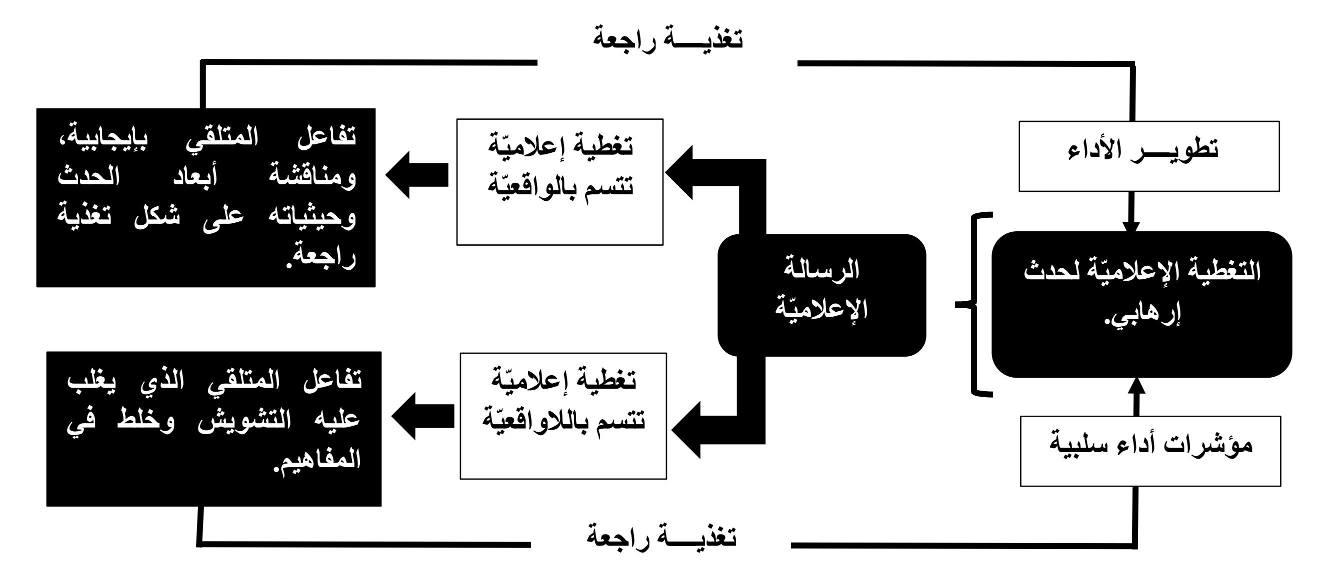
ثالثاً: الواقعيّة

> **اللاواقعية تندرج تحت مفهومين، هما:**
> ١- **التهويل:** المغالاة في التغطية الإعلامية بتضخيم الحدث ونتائجه.
> ٢- **الاستخفاف:** تقليل من شأن وأهمية الحدث ونتائجه.

يستحوذ التعامل مع الإعلام على مساحة كبيرة من حياة الإنسان المعاصر، وهو يرافقه طوال حياته، مما يثير لدى المتعلّم، شعوراً بأهمية امتلاك الإعلاميّ والوسيلة الإعلاميّة والجمهور المتلقي (العناصر الأساسية) مهارة التعامل بواقعيّة مع الرسائل الإعلاميّة من خلال التربية الإعلاميّة. وتُعدّ الواقعيّة (بصفتها أداة من أدوات التربية الإعلاميّة) محركاً فاعلاً لضوابط التغطية الإعلاميّة الأردنيّة في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية. وبهذا الصدد فإن الواقعيّة تمكّن الإعلاميّ والوسيلة الإعلاميّة والجمهور المتلقي من:

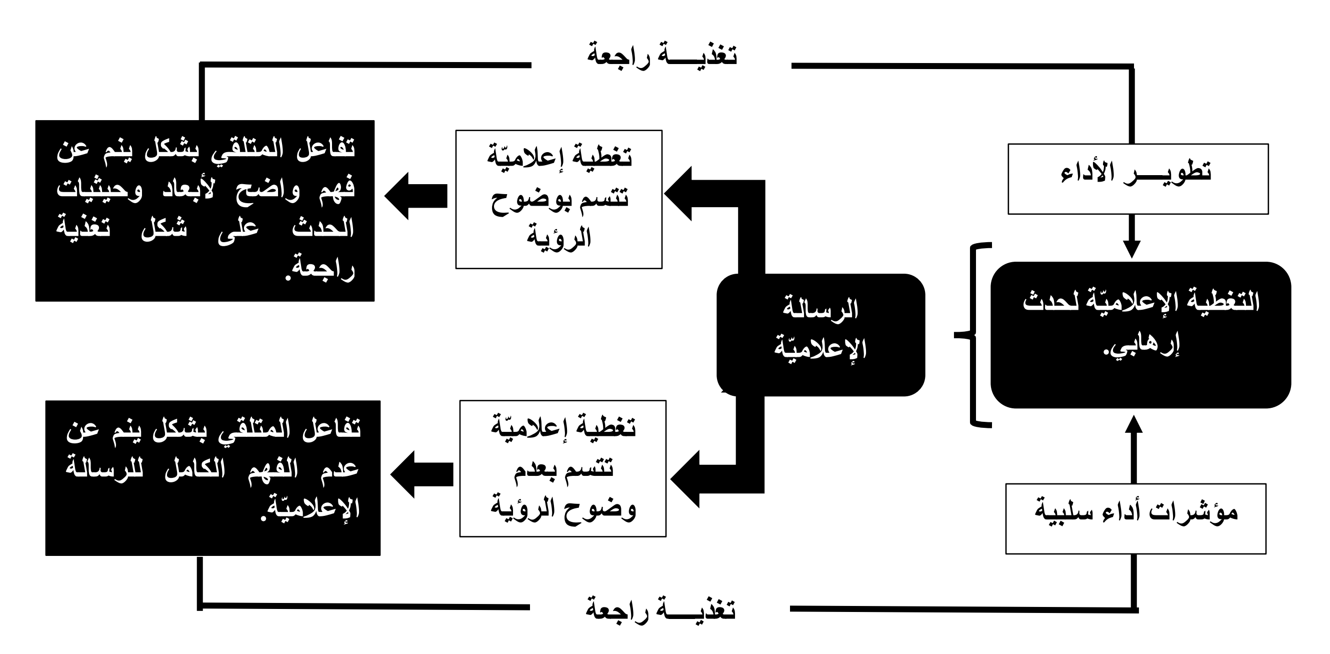
١- **تبادل المعرفة:** فالإعلاميّ والوسيلة الإعلاميّة يبُثّان الرسائل الإعلاميّة، والجمهور المتلقي يتفاعل معها، فيعلّق عليها ويناقشها ويقيّمها، الأمر الذي يُعدّ تغذية راجعة تُمكن الإعلاميّ والوسيلة الإعلاميّة من تقييم أدائهما، وبالتالي فإن الواقعيّة في بَثّ الرسائل الإعلاميّة تلامس واقع الحال عند الجمهور المتلقي.

الشكل التالي يقدم مفهوم الواقعيّة عند التغطية الإعلاميّة لحدث مرتبط بالتطرّف والإرهاب:



٢- **وضوح الرؤية**: يمكن رصد الوعي التربوي الإعلاميّ بسهولة على شخصية المتلقي في الحياة اليومية، ذلك أنه عندما يبُثّ الإعلاميّ والوسيلة الإعلاميّة، الرسائل الإعلاميّة، يتفاعل معها الجمهور المتلقي، ويُحلّلها ويفسرها بالطريقة الصحيحة بسبب وضوح نتائجها، وكذلك يقيّمها تغذية راجعة تمكن الإعلاميّ والوسيلة الإعلاميّة من تطوير الأداء، وبالتالي فإنّ وضوح الرؤية في بَثّ الرسائل الإعلاميّة يلامس الفهم البعيد عن التأويلات لدى الجمهور المتلقي.

الشكل التالي يمثّل مفهوم وضوح الرؤية عند التغطية الإعلاميّة لحدث مرتبط بالتطرّف والإرهاب:



رابعاً: التعلم الذاتي والتعلم المستمر

تضع التربية الإعلاميّة البذرة الأساسية، والخطوة الأولى التي تُتيح للمتعلّم (الإعلاميّ، الوسيلة الإعلاميّة والجمهور المتلقي) مواصلة التعلّم في هذا المجال بصفة ذاتية، ضمن منهجيات التعلّم الذاتي، والتعلّم المستمر مدى الحياة. وحتى تتمكن التربية الإعلاميّة من أداء دورها الفاعل في مكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية ضمن مفهوم التعلّم الذاتي ومفهوم التعلّم المستمر من خلال تفاعل العناصر الرئيسية الثلاث (الإعلاميّ، الوسيلة الإعلاميّة والجمهور المتلقي)، لا بد لها من أن تعمل ضمن آليّات علميّة تؤسّس لعملية التواصل الفعّال بين المرسل والرسالة والمتلقي.

قدم الفيلم السينمائي (الاستهلال) (Inception) من بطولة الممثل ليوناردو ديكابريو (Leonardo DiCaprio)، فكرة تقول إن زرع أي فكرة أو قيمة داخل النفس البشرية، يحتاج إلى غرسها داخل وجدان الإنسان بالولوج إلى أعماق النفس البشرية.

الشكل التالي يمثّل عناصر هذا التفاعل وعملياته:

خامساً: التواصل الفعّال

الكُلّ متصل مع الكُلّ (All are connected)، وهذا من سِمات العصر الرقميّ (Digital Era)، فالكُلّ يتواصل مع الكُلّ، إذ لا توجد وسيلة إعلام واحدة على وجه الكرة الأرضية لا تتيح للجمهور إمكانية التواصل معها عبر "اتصل بنا" (Contact us)، أو عبر إضافة التعليقات (Comments)، ولا يوجد إعلاميّ لا يتفاعل معه الجمهور عبر وسيلة الإعلام التي يمثّلها، أو عبر بواباته الإلكترونية الرقميّة الشخصية أو المهنية.

الدستور
١٩٦٧
عمان

التعليق

الاسم:

عنوان التعليق:

التعليق:

تعليق

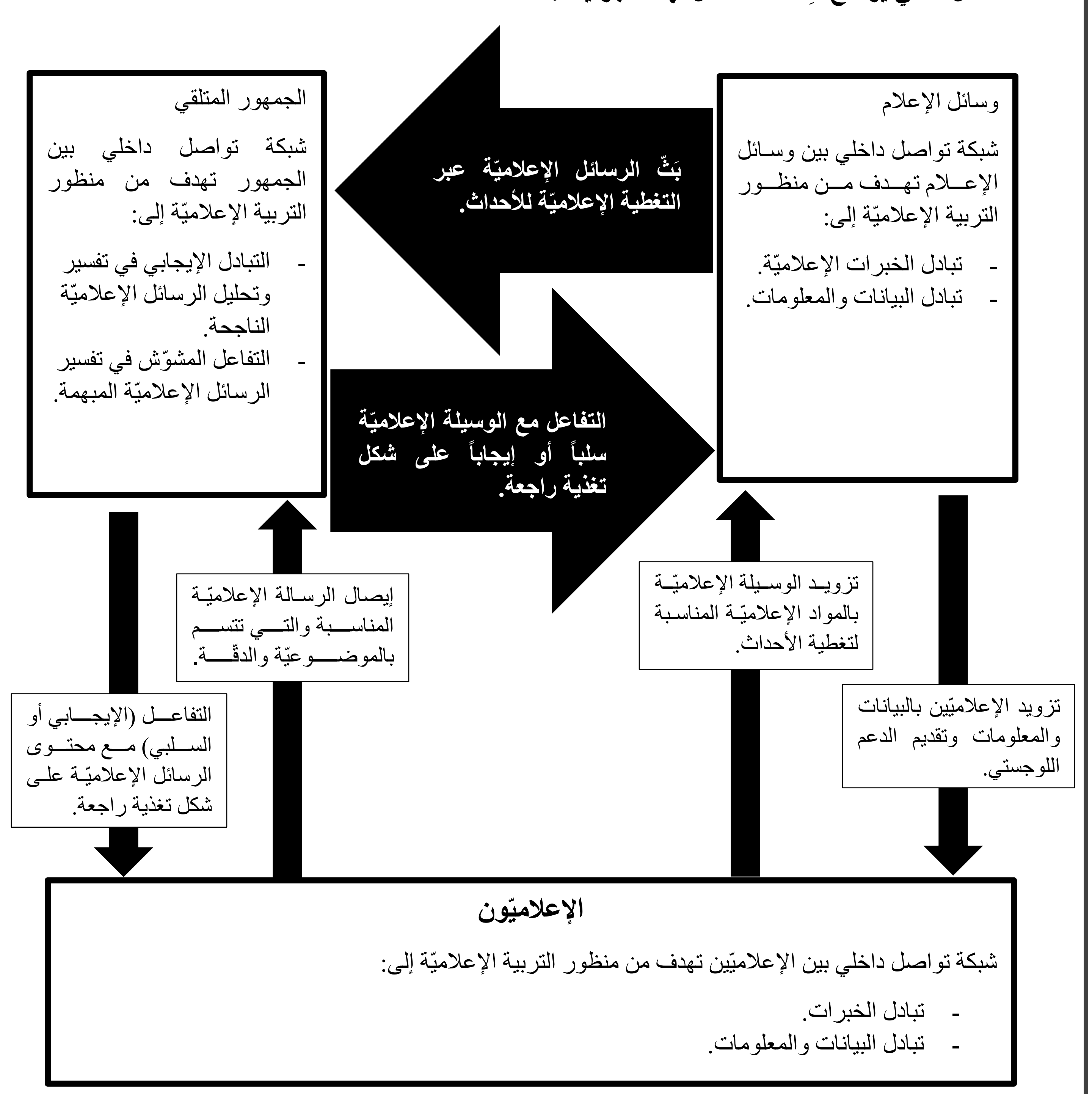
وتتمثّل شبكة الاتصالات الإعلاميّة في مجموع جزئيّات التواصل التالية:

- تواصل الجمهور مع وسائل الإعلام.
- تواصل وسائل الإعلام مع الجمهور.
- تواصل الجمهور مع الإعلاميّين.
- تواصل الإعلاميّين مع الجمهور.
- تواصل الإعلاميّين مع وسائل الإعلام.
- تواصل وسائل الإعلام مع الإعلاميّين.

- تواصل وسائل الإعلام معاً.
- تواصل أفراد الجمهور معاً.

ولكل جزئيّة من جزئيّات هذه الشبكة سِمات خاصة بها من منظور التربية الإعلاميّة.

الشكل التالي يوضح سِمات الاتصال لهذه الجزئيّات:



مجالات تأثير وسائل الإعلام

لوسائل الإعلام تأثير على الأفراد والمجتمعات، ويتجلّى هذا التأثير في المجالات الأربعة التالية:

١- التأثير في البنية المعلوماتية (الإدراك)، ويتميّز هذا التاثير بـ:

- تأثير سريع على المدى القصير والمتوسط.
- نشر مفاهيم جديدة.

٢- التأثير على المواقف والاتجاهات، ويتميّز بـ:

- تشكيل المواقف والآراء الإيجابية حول ما تنشره وسائل الإعلام.
- تشكيل المواقف والآراء السلبية حول ما تنشره وسائل الإعلام.

٣- التأثير المعرفي، وتنعكس على:

- التأثير على المدى الطويل لوسائل الإعلام.
- المواقف والاتجاهات تتحول إلى معرفة.

٤- التأثير السلوكي، وينتج عنه التأثير على سلوك المتلقي على المدى الطويل، بشكل إرادي ولا إرادي.

تقنيات التأثير الإعلاميّ:

من أهم هذه التقنيات هي تقنية التأطير الإخباري بمعنى كيف تفكر؟ وهي تعتمد على آلية رسم وسائل الإعلام من خلال سياساتها إطاراً محدداً يدور في فلكه الجمهور المتلقي، ويعمل هذا الإطار ضمن المحددات التالية:

١- تحديد زاوية المعالجة الإعلاميّة.
٢- التركيز على جوانب معينة وإبرازها من خلال التكرار.
٣- استبعاد مقصود لبعض المعلومات.
٤- تعزيز الفكرة أو الرسالة الإعلاميّة بربطها برموز اجتماعية.

من خلال هذه التقنية، كيف يمكن التأطير لفكرة نبذ العنف داخل المجتمع الأردني؟ --------------------------------

----

مكونات عملية الاتصال:

١. **المرسل**: القائم بالاتصال، ويوجّه الرسالة ويُسمّى المصدر أيضاً.
٢. **المتلقي أو المستقبل**: سواء كان فرداً أم جماعة أم مؤسسة أم جمهوراً واسعاً.
٣. **الرسالة أو المضمون أو المحتوى**: المعلومات، أو الآراء، أو المشاعر، أو الاتجاهات، بالرمز، أو الحركة، أو اللفظ، أو الصوت، أو الصورة.
٤. **الوسيلة**: مثل التلفزيون، أو الإذاعة، أو الصحيفة، أو المجلة، أو الموقع الإلكتروني.
٥. **التشويش**: مثل التشويش التقني الذي يعيق الرسالة، أو التشويش الدلالي في بنـــاء الرسالة ذاتها وهو الأهم.
٦. **رجع الصدى أو التغذية الراجعة**: وهو رد الفعل الراجع من المستقبل إلى المرسل وقد يكون سلبياً أو إيجابياً.
٧. **الأثر:** وهو نتيجة الاتصال النفسي أو الاجتماعي.
٨. **بيئة الاتصال أو السياق**: وهي الظروف الاجتماعية، أو السياسية، أو الثقافية، التي يجري فيها الاتصال.

تمريـــن (١٣)

من خلال مكونات عملية الاتصال، أثناء المعالجة الإعلاميّة لحدث له علاقة بالتطرّف والإرهاب من منظور التربية الإعلاميّة:

هل يملك الإعلاميّ أن يكون المصدر الوحيد للرسالة الإعلاميّة بمعنى امتلاك الحقيقة دون سواه

هل يملك الإعلاميّ أن يهمل بيئة الاتصال أو السياق الاجتماعي والسياسي والثقافي؟

هل يملك الإعلاميّ أن يهمل رجع الصدى (التغذية الراجعة) التي تمثّل رد فعل المتلقي؟

وظائف الاتصال الجماهيري من منظور التربية الإعلاميّة:

وظيفة الإعلام والتعليم: تقديم المعلومات في مجالات الحياة المختلفة لتنمية ثقافة الجمهور ورفع وعيه وإكسابه مهارات معرفية جديدة.

وظيفة ترابط المجتمع وحماية تراثـه: ربط الأفراد ببعضهم البعض، ونقل تراث المجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده ولغته، والمحافظة على تماسكه ووحدته، وحماية كيانه ومعتقداته، وتحقيق أهدافه.

وظيفة تكوين الاراء والاتجاهات: تكمل الوظائف الأخرى ولا تنفصل عنها، وأهميتها تكمن في أنها تضع هدفاً أساسياً للرسائل الإعلاميّة في مسعىً لزيادة الوعي من أجل تشكيل الآراء والاتجاهات الإيجابية التي تخدم المجتمع.

تمريــن (١٤)

من خلال نموذج لازويــل (Lasswell's Model) (من؟ ماذا يقول؟ باي وسيلة؟ لمن يقول؟ وبأي تأثير؟) يرجى قراءة النص التالي والاجابة عن الأسئلة التي تليه:

عمون – م. خ.: أسهم الحادث الارهابي الذي كانت قلعة الكرك مسرحاً له في الثامن عشر من الشهر الماضي، في تنشيط حركة السياحة الداخلية إلى القلعة، التي يفد إليها على مدار الأسبوع عديد من كبار المسؤولين وممثلي الفعاليات المجتمعية والأسر من مختلف مناطق المملكة، إضافة الى المئات من أبناء محافظة الكرك ذاتها.

ويرى مواطنون في الكرك أنّ الحضور اللافت الذي تحقق للقلعة في أذهان الأردنيين بعد الحادث الإرهابي، إنما تحقّق بفضل دماء الشهداء الزكية.

من يقول؟ --

ماذا يقول؟ --

الوسيلة الإعلاميّة؟ --

لمن يقول؟ --

التاثير؟--

وقفة مع (7Cs)، المفاتيح السبعة للاتصال الفعال.

الرسائل يجب أن تكون واضحة، بسيطة، غير مبهمة، وتحمل معناً واحداً.



الرسائل يجب أن تخلو من الاسهاب والتشتت.



الرسائل يجب أن تكون واقعيّة ومدعّمة بالأدلة.



الرسائل المترابطة تفهم بشكل أفضل.



الرسائل يجب أن تستخدم لغة ومصطلحات صحيحة.



الرسائل يجب أن تكون مكتملة لتحمل المعنى الشامل.



الرسائل يجب أن تحتوي البعد الإنساني لمزيد من المصداقية.



سادساً: إحداث التغيير المعرفي

إن التغييّر المعرفي من منظور التربية الإعلاميّة، هو أقصى درجات التأثير المتبادل بين التربية والإعلام في تشكيل الفكر الجمعي الجديد، الذي يستند على فكرة نبذ العنف ومكافحة الفكر المتطرّف والفكر الظلاميّ الذي يقود إلى الإرهاب، والتصدّي لخطاب الكراهية داخل المجتمع الأردنيّ. وهي درجة متقدّمة من تأثير وسائل الإعلام، وذلك ضمن المفاهيم التالية:

- **المعرفة:** هي مجموع كل المعلومات التي لدى الفرد أو الجماعة، وتشمل المعتقدات والمواقف والآراء والسلوكيات.
- **المعرفة** أعم وأشمل من الموقف أو الاتجاه، الذي يُعدّ جزءاً من جزئيّات المعرفة.
- **التغيير المعرفي** أعمق أثراً في حياة الإنسان بخلاف تغيير الموقف، أو الاتجاه الذي يكون طارئاً أحياناً ويزول بزوال المؤّثر، أمّا التغيير المعرفي فهو عميق الجذور، ويمر بعملية تحوّل بطيئة تستغرق زمناً طويلاً.
- تأثير وسائل الإعلام في التكوين المعرفي للأفراد والجماعات، من خلال عملية بَثّ الرسائل الإعلاميّة التربوية طويلة المدى، التي من شأنها أن تؤسس لأصول معرفية جديدة في عملية معقدة قد تفضي إلى اجتثاث الأصول القائمة.

التغيير المعرفي وتغيير القيم

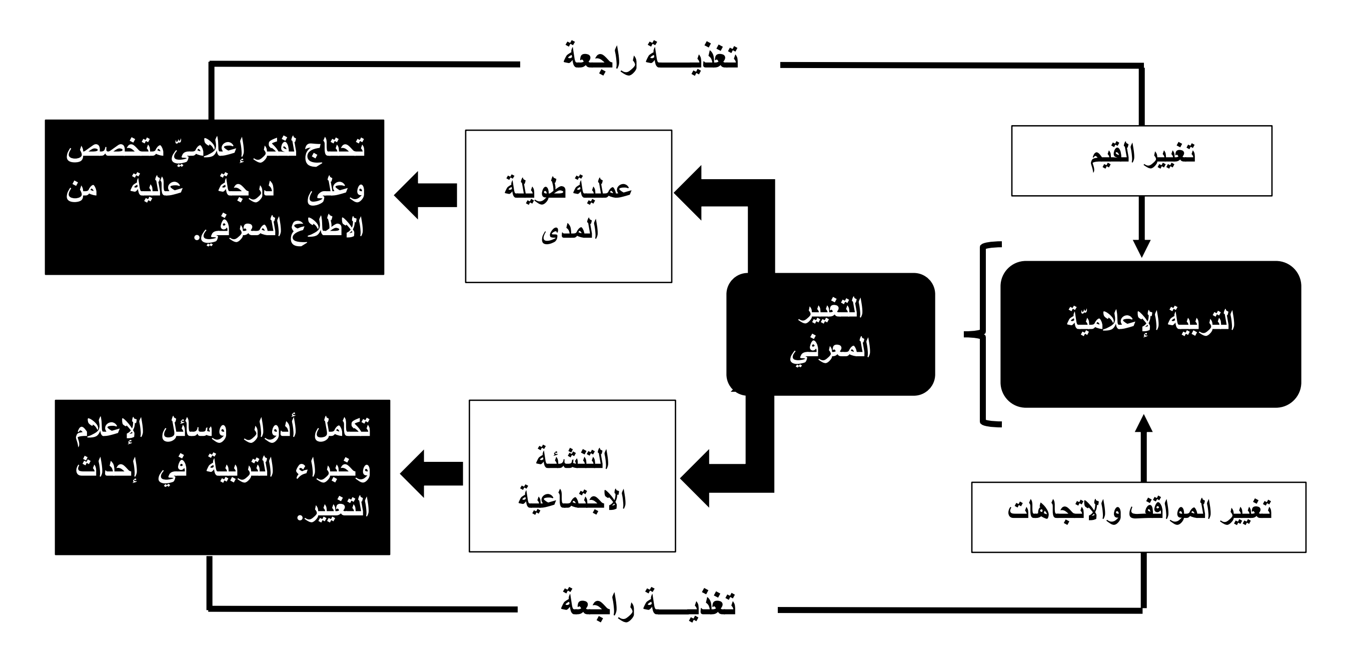
تقليدياً، تتصدّى مؤسسات مستقرة تاريخياً في المجتمع الإنساني، مثل البيت والمدرسة، لمهمة تنشئة الأفراد وتثقيفهم ونظم سلوكهم بعد صياغته تحت مظلة المجتمع ورقابته الصارمة التي لا تغفل عن أيّ خروج على بناء الهوية الثقافية للأفراد والجماعات المنضوية تحت مظلة المجتمع. بيد أن مستجدات العصر والتطور التقني العاصف هزّت مكانة هذه المؤسسات وعموم البنى التقليدية، وأخذ تأثيرها يحفر عميقاً لزحزحة المفاهيم القائمة في هذا المجتمع أو ذاك؛ وكأنما كان ذلك إيذاناً بمرحلة مختلفة نوعياً من عولمة توجه سهامها للخصوصيات الإجتماعية والمعرفية والهوياتية على حدٍ سواء.

وبِفعل معطيات هذه العولمة الجامحة، وفي طليعتها، التوسع الهائل لوسائل الإعلام، تضاءل دور مؤسسات التنشئة الأساسية، وأصبحت وسائل الإعلام صاحبة الشأن في تقرير أمر عملية التنشئة الاجتماعية وتوجيهها. تبعاً لذلك، صار لا بُدّ من أن يكون كل ما يسيطر على فضائنا السمعي والبصري، مشحوناً بالقيم. فالرسالة

الإعلاميّة، سواء كانت خبراً، أو فكاهة، أو برنامجاً وثائقياً تستطيع وإن ببطء أن تزحزح مكانة قيمة من القيم لإحلال أخرى بدلاً منها، أو تؤسس لترسيخ قيمة قائمة، بالتصدّي لجديدة قادمة.

هذا بالضبط هو دور وسائل الإعلام من خلال مفهوم التربية الإعلاميّة في مجال التنشئة الاجتماعية في أبسط صورها.

الشكل التالي شبكية العلاقات بين وسائل الإعلام ودور مفهوم التربية الإعلاميّة:



المسؤولية الأخلاقية للصحافيين

تبدأ حدود المسؤولية الأخلاقية للصحافيّين بإدراك الصالح العام، ورفض تجاوز القانون والإحجام عن إلحاق الضرر بالآخرين. وتتمظهر هذه المسؤوليات الأخلاقية بما يلي:

أولاً: تجنب خطاب الكراهية، من خلال:

- الابتعاد عن كل ما يسيء للآخرين.
- عدم التحريض على العنف.
- عدم تقديم صورة نمطيّة مسيئة لفئة من المجتمع.
- عدم الانقياد لتأييد أو الاعجاب برسائل تبث خطاب الكراهية.
- الوعي بأن خطاب الكراهية جريمة يحاسب عليها القانون.

ثانياً: احترام الكرامة الإنسانية، من خلال:

- مراعاة كرامة الآخرين، الأحياء والأموات، وعدم نشر صور جثث الشهداء والضحايا.
- عدم إهانة أي فرد أو جماعة.
- عدم استغلال لحظات الضعف لدى ذوي الضحايا.

ثالثاً: تجنب انتهاك الخصوصية، من خلال:

- التدخل المباشر بالحياة الخاصة لعامة الشعب أو المشاهير.
- التأكد من أنّ حدود التدخل ترتبط ارتباطاً مباشراً بالصالح العام للمجتمع ككل.

رابعاً: الابتعاد عن التشهير، من خلال:

- نشر أو تبني اتهامات دون أدلة ثابتة وقطعية.
- الوعي بأن التشهير جريمة يعاقب عليها القانون.

خامساً: عدم نقل رسائل الجماعات الإرهابية والمتطرفة من خلال:

- لا يجب أن تكون أداة لبث الخطاب الإعلاميّ للجماعات الإرهابية والمتطرّفة، علماً بأنّ هذه الجماعات تتقصد ذلك.
- عدم نشر نصوص أو صور تتقصد هذه الجماعات استغلال وسائل الإعلام والإعلاميّين لنشرها.

سابعاً: تفعيل دور حارس البوابة (Gate Keeper)

في رحلتها إلى المتلقي على إختلاف فئاته وتصنيفاته، تمُر المادة الإعلاميّة بنقاط، أو بوّابات تترك أثراً قد يكون عميقا في بنائها وقوامها المهني، تِبعاً للسياسة التحريرية التي تفرض إيقاعها على المادة. وعلى كل بوابة، تقف سلطة لفرد أو أفرادٍ لتقرر ما إذا كانت المادة الإعلاميّة تمُر أم لا، أو إن كانت ستمُر بعد إدخال تعديلات على قوامها وبنائها؟

وبذا، فإن مفهوم "حارس البوابة" يعني السيطرة على موقع استراتيجي في سلسلة الاتصال، يمنحه سلطة اتخاذ قرار ما يمر عبر بوابته، وكيف يمُر، حتى يصل في نهاية الرحلة إلى الجمهور المستهدف.

ومن العوامل التي تواجه قرار حارس البوابة الإعلاميّة، ما يلي:

- المعايير المهنية، وسياسة الوسيلة الإعلاميّة.
- ضوابط الأنظمة والقوانين.
- معايير الجمهور وتوقعات ردود فعله.
- معايير المجتمع وقيمه وثقافته وتقاليده، حسب أهميتها وأولوياتها.

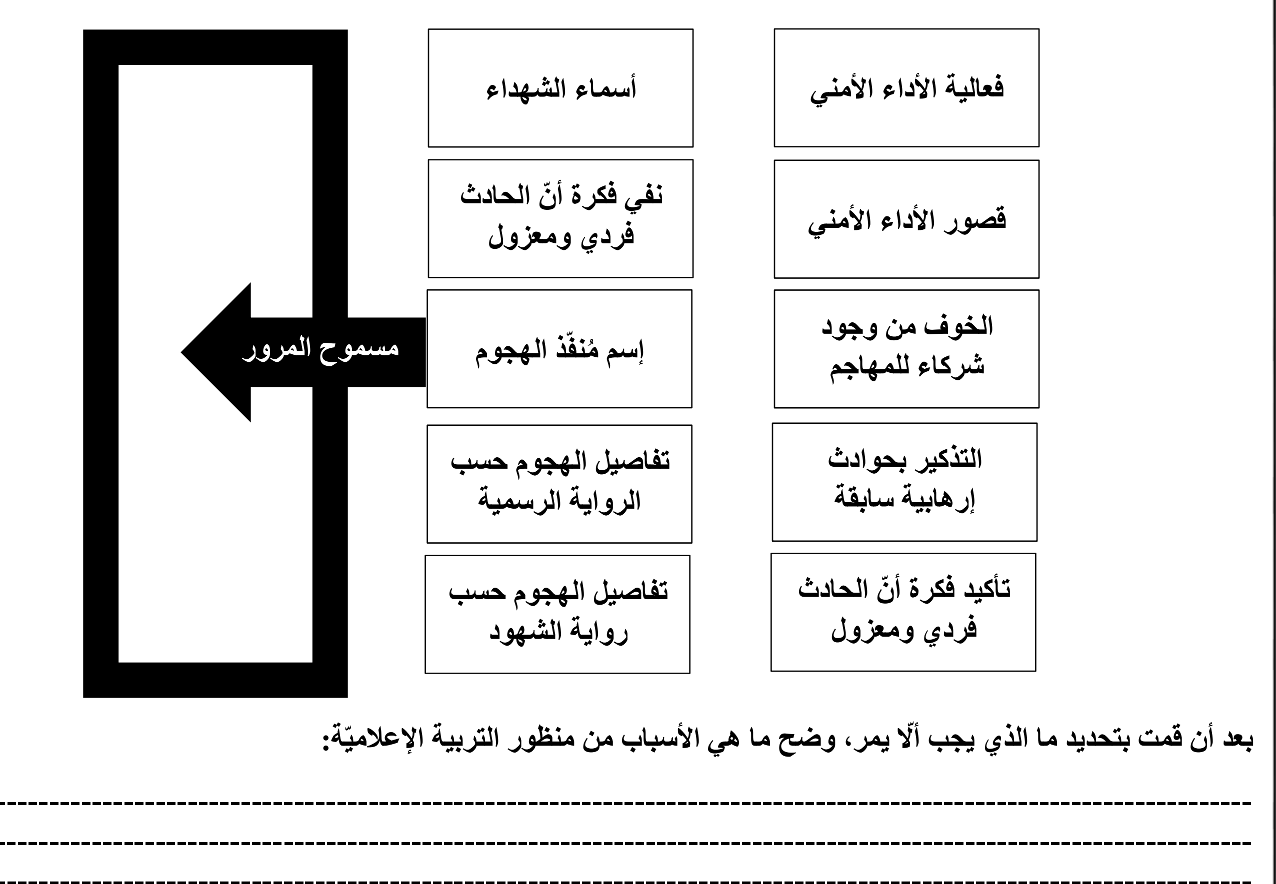
- المعايير الذاتية، والسِمات الشخصية، والدوافع والميول والاتجاهات لدى الشخص الذي يقوم بمهمة حراسة البوابة.
- معايير التربية الإعلاميّة في إحداث التغيّير المعرفي لدى الجمهور المتلقي.

تمريــن (١٥)

المُنفّذ المفترض لهجوم البقعة في قبضة المخابرات

أكّد الناطق الرسمي باسم الحكومة، وزير الدولة لشؤون الإعلام، الدكتور محمد المومني، أنّ دائرة المخابرات العامة ألقت القبض اليوم الأحد، على المشتبه به في الهجوم الإرهابي الذي استهدف قبل يومين مكتب الدائرة بمخيم البقعة، وأسفر عن استشهاد خمسة أفراد. ولفت المومني في تصريح نقلته وكالة الأنباء الأردنية (بترا) إلى أنّ المؤشرات الأوليّة ترجح أنّ الحادث يتسم بطبيعة فردية ومعزولة، ولا تزال التحقيقات تتواصل لكشف جميع تفاصيل الإعتداء الآثم.

يرجى قراءة النص السابق، بعيون حارس البوابة، كي تقرر ما يمُر وما لا يمُر عبر البوابة عند تغطية وسيلة إعلاميّة لهذا الحدث.



بعد أن قمت بتحديد ما الذي يجب ألّا يمر، وضح ما هي الأسباب من منظور التربية الإعلاميّة:

ثامناً: ترتيب الأولويات (Agenda Setting)

> **إن وسائل الإعلام لا تنجح دائما في إبلاغ المتلقي بكيف يفكر، ولكنها تنجح في إبلاغه بما يجب أن يفكر فيه.**

لأنها لا تحيط بجميع الموضوعات التي تعتمل في المجتمع، على إختلافها وأهميتها، تلجأ وسائل الإعلام في الغالب الأعم، إلى تركيز إهتمامها بشدة على قائمة من الموضوعات التي تصبح في ظل الحملات الإعلاميّة، محور اهتمام الناس تدريجياً حتى تطغى على ما سواها من قضايا لا تطرحها وسائل الإعلام.

ولأن طبيعة القضايا والموضوعات تفرض ذاتها عاملاً مؤثراً على أجندة التغطية الإعلاميّة، فإنّ ترتيـب الأولويات يحقق نتائج قويّة في القضايا غير الملموسة للجمهور، إذ تنتقل إلى بؤرة إهتمامه، بفعل التغطية الإعلاميّة المتابعة لتفصيلاتها. أما في القضايا والموضوعات التي تتصل بالتهديد والخوف، فإنه لا بُدّ للتربية الإعلاميّة من اللّجوء إلى التأثير التراكمي طويل الأمد لتحدث دورها الفاعل في مكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية.

ومن شأن الخطوات التالية، أن تحدث مثل هذا التأثير:

١- على مدى فترة ممتدة من الزمن تستمر وسائل الإعلام في نشر أو إذاعة رسائلها حول موضوعات مكافحة التطرّف والإرهاب، من خلال تفنيد الفكر الظلاميّ ونزعات التشدّد بشكل دائم ومنظّم ومتكاملٍ فيما بينها.

٢- مع زيادة طرح الوسائل الإعلاميّة لهذا الموضوع يتكون فهم عام مشترك حوله، وبالتالي يتم تشكيل أو إعادة تشكيل المعاني والمعتقدات والاتجاهات الجديدة والمنشودة، التي تعمل مرشداً لسلوك جمهور وسائل الإعلام.

٣- إنّ التغيرات التي تحدث لدى الأفراد والجماعات نتيجة التعرّض لوسائل الإعلام، تتراكم ويتولّد عنها ببطء معتقدات واتجاهات جديدة، تؤدي إلى تغيّر واضح في أنماط السلوك المرتبط بموضوع مكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية.

نعوم تشومسكي ونموذج البروباغندا (Propaganda Model)

يوضّح المفكّر العالمي نعوم تشومسكي (Noam Chomsky) في كتابه "سيطرة الإعلام"(Media Control)، أنّ وسائل الإعلام تعمل بصفتها نظاماً لإيصال الرسائل والرموز إلى عامة الناس، من خلال أداء وظائفها في مسعى لغرس القيم والمعتقدات والاتجاهات السلوكية التي تُمكّن من دمج الأفراد في الهياكل المؤسسية للمجتمع.

Media Control
The Spectacular Achievements of Propaganda
SECOND EDITION
NOAM CHOMSKY



منهج هندسة الإقناع

ظهر وترسّخ منهج هندسة الإقناع (The Engineering of Consent) في النصف الأول من القرن العشرين على يد رائد علم العلاقات العامة النمساوي إدوارد بيرنيز (Edward Bernays). ويعني هذا المنهج، عمليّة التأثير على العقل اللاواعي للجمهور المستهدف وحاجاته وغرائزه، عن طريق دراسة جميع تقسيماته، من خلال منهج هندسي قائم على دراسة وفهم وتخطيط جوانب العملية الاتصالية النفسية، والاجتماعية، والسياسية، وتقنيات التأثير والإقناع كافةً، لتحقيق أهداف ومصالح محددة.



الدور التربوي لوسائل الإعلام (دراسة حالة)

يكاد لا تنفصم عراه، الارتباط بين التربية والإعلام، خصوصاً في اشتباكهما في صياغة شخصية الفرد والجماعة، وتشكيل المفاهيم الشخصية. فلوسائل الإعلام حرية الدخول في حياة الفرد منذ نشأته، وبذا يصبح تأثيرها مؤطراً في صياغة تفكيره ومواقفه، الأمر الذي ينسحب على التربية التي تتصدّى لتعليم الفرد، سبل الاتصال بالفكر وتمكنه من مغادرة الجهل إلى المعرفة، ومن ثم تنقية القيم والمبادئ التي يقررها المجتمع.

ولعل الدور التربوي الذي تنهض به وسائل الإعلام، بالغ الأهمية، إذ أنه يشمل حقولاً متنوعة من الثقافة والتوجيه، فضلاً عن أنه يتميّز بالاستمرارية وتراكم التأثير، وهو بذا يعبر أصدق تعبير عن مفهوم التربية المستمر مدى الحياة.

وتوفر التربية الإعلاميّة للنشء، القدرة على نقد وبناء الاتجاهات وتقويمها حيال وسائل الإعلام، أي ترشيد عملية التعرّض إلى الإعلام. فالتربية في الإعلام لا يمكن أن تتم بشكلٍ مباشر مقصود، بل من خلال بَثّ القيم التربوية والأخلاقية في محتوى الرسالة الإعلاميّة، بحيث يكون تأثيرها في المتلقي متدرجاً وغير مباشر. من هنا يمكن **تعريف الإعلام التربوي** بأنه "محاولة جادة للاستفادة من تقنيات الاتصال وعلومه من أجل تحقيق أهداف التربية". ولبيان هذا الغرض، ومن أجل اطّلاع الإعلاميّين على وجهة نظر الجمهور المتلقي، تم إجراء دراسة توضح الدور التربوي لوسائل الإعلام الأردنيّة، بعنوان: **دور وسائل الإعلام الأردنيّة في معالجة موضوعات مكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية من خلال غرس القيم التربوية لدى عيّنة من طلبة الجامعات الأردنيّة** [٢].

واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي عبر إجراء الدراسة من خلال استخدام الاستبانة (أداة الدراسة) على عيّنة شملت (١٢٠) طالبا وطالبة من طلبة الجامعات الأردنيّة.

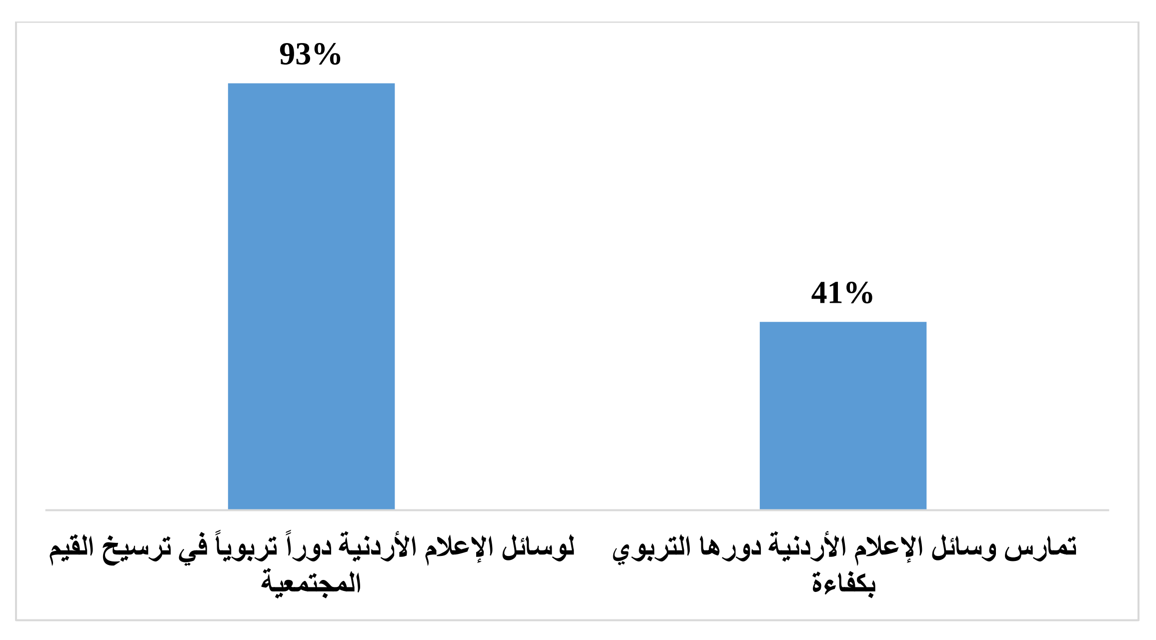
---

[٢] جرار، أماني، ٢٠٢٠، دور وسائل الإعلام الأردنيّة في معالجة موضوعات مكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية من خلال غرس القيم التربوية لدى عينة من طلبة الجامعات الأردنيّة. بحث غير منشور، المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والاستخبارات.

ما يلي فقرات أداة الدراسة (الاستبانة)

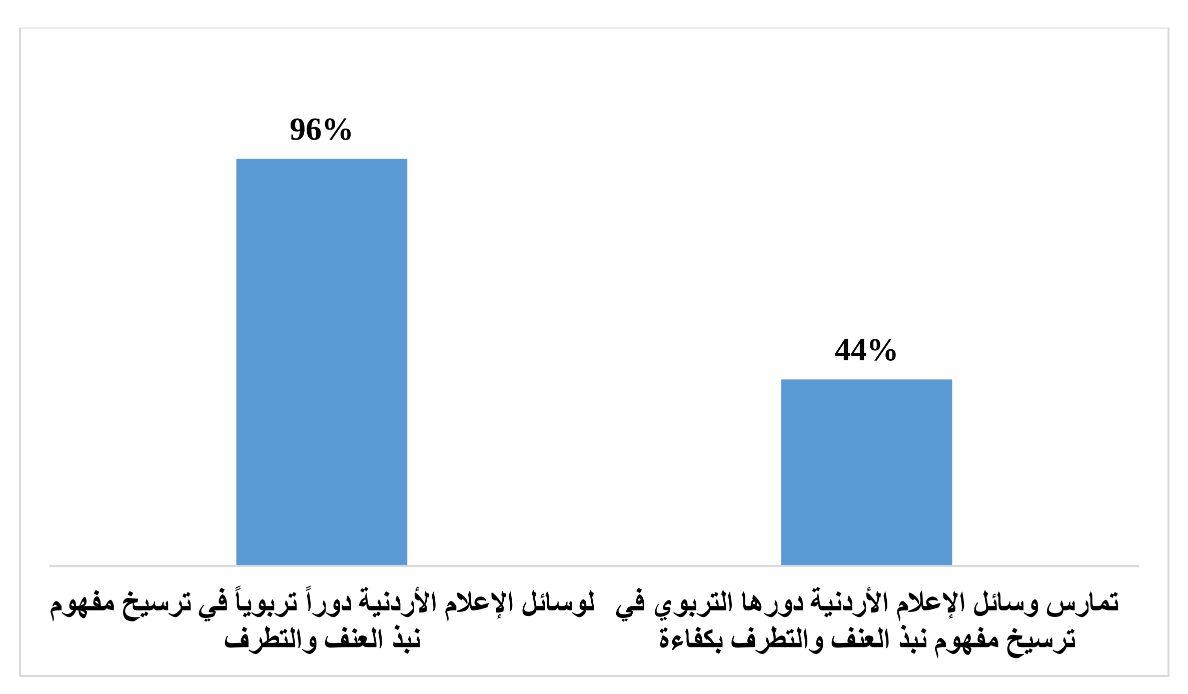
الفقرة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
لوسائل الإعلام الأردنيّة دوراً تربوياً في ترسيخ القيم المجتمعية.					
تمارس وسائل الإعلام الأردنيّة دورها التربوي بكفاءة.					
لوسائل الإعلام الأردنيّة دور تربوي في ترسيخ مفهوم نبذ العنف والتطرّف.					
تمارس وسائل الإعلام الأردنيّة دورها التربوي في ترسيخ مفهوم نبذ العنف والتطرّف بكفاءة.					
تتعاطى وسائل الإعلام الأردنيّة مع الأحداث الإرهابية، ضمن منهج فكري يعمل على ترسيخ مفهوم نبذ الإرهاب بأشكالة كافة.					
تتعاطى وسائل الإعلام الأردنيّة مع الأحداث الإرهابية بصفتها مادة إعلاميّة، دون أن تخوض في تحليل الآراء والأفكار للجهات التي ترتكب هذه الأفعال.					
تدرك وسائل الإعلام الأردنيّة المفهوم الحقيقي لخطاب الكراهية داخل المجتمع الأردنيّ، وبالتالي تعمل على التصدّي له.					
بعض وسائل الإعلام الأردنيّة تقوم (دون قصد) ببث خطاب الكراهية داخل المجتمع.					
تلجأ وسائل الإعلام الأردنيّة إلى الاستعانة بخبراء ومتخصصين ومفكرين لمواجهة الفكر الذي يدعو للتطرّف والإرهاب.					
الخبراء والمتخصصون والمفكرون الذين تستعين بهم وسائل الإعلام الأردنيّة، لمواجهة الفكر الذي يدعو للتطرّف والإرهاب، ليسوا على درجة عالية من القدرة التحليلية المقنعة.					

وبعد اجرائها وتحليل استجابات عينتها، خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:



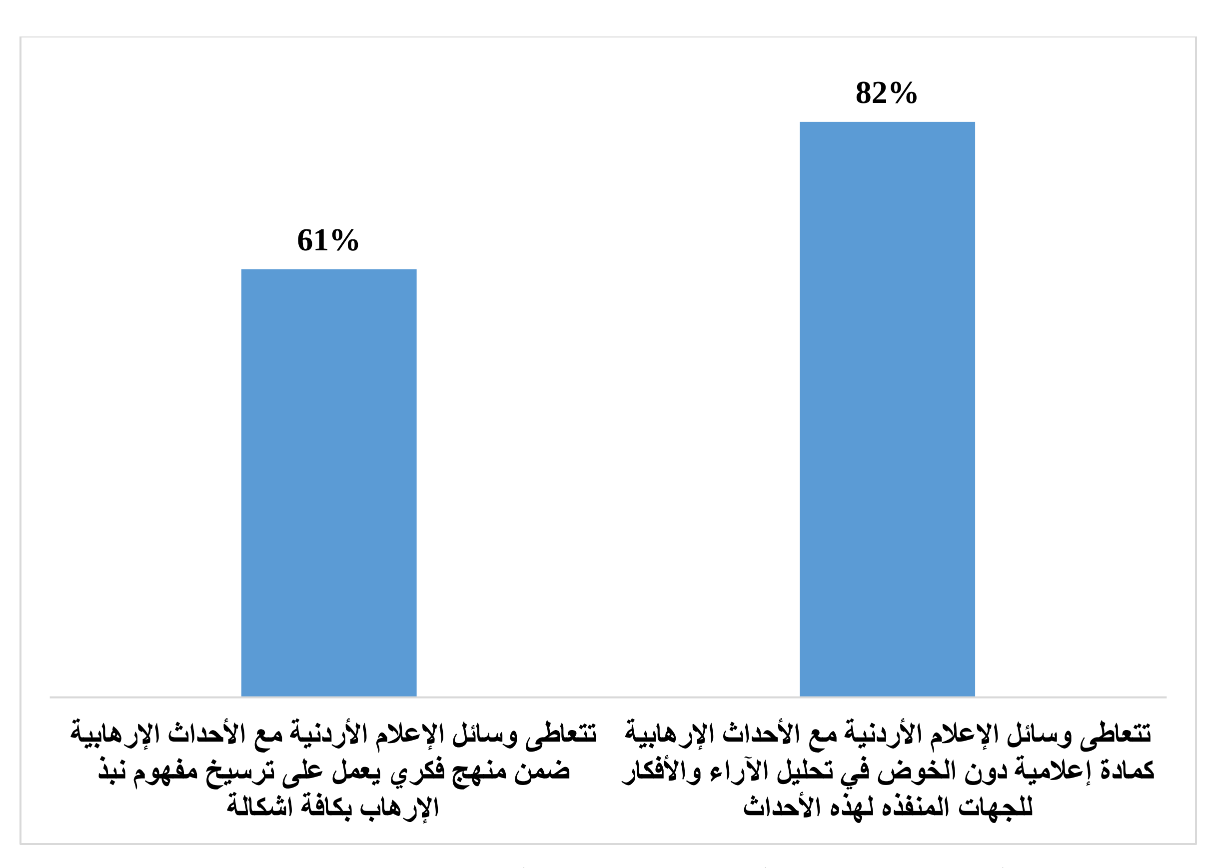
أجمع (٩٣٪) على أن لوسائل الإعلام الأردنيّة دوراً تربوياً في ترسيخ القيم المجتمعية، بينما رأى (٤١٪) أن وسائل الإعلام الأردنيّة تمارس دورها التربوي بكفاءة.

ناقش هذه النتيجة: ---



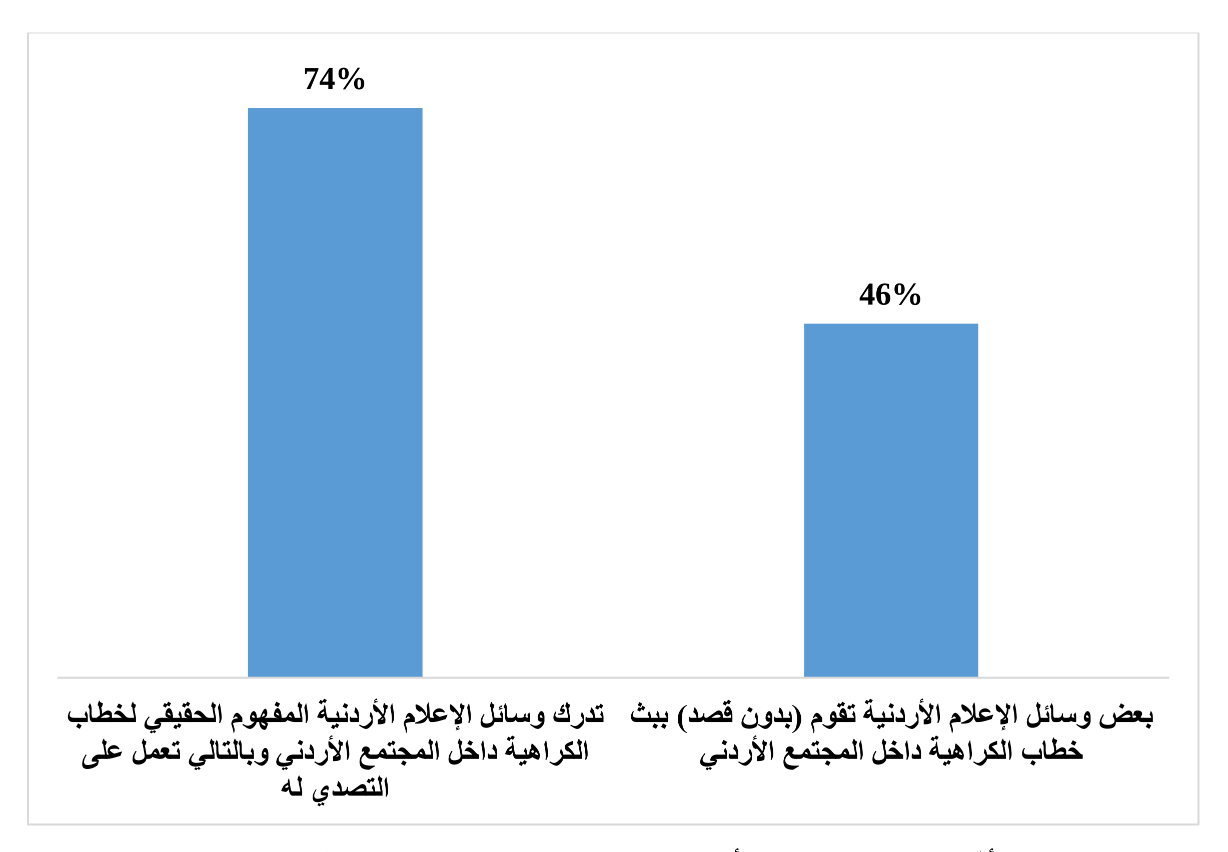
أجمع (٩٦٪) على أن لوسائل الإعلام الأردنيّة دوراً تربوياً في ترسيخ مفهوم نبذ العنف والتطرّف، بينما رأى (٤٤٪) فقط أن وسائل الإعلام الأردنيّة تمارس دورها التربوي في ترسيخ مفهوم نبذ العنف والتطرّف بكفاءة.

ناقش هذه النتيجة: --



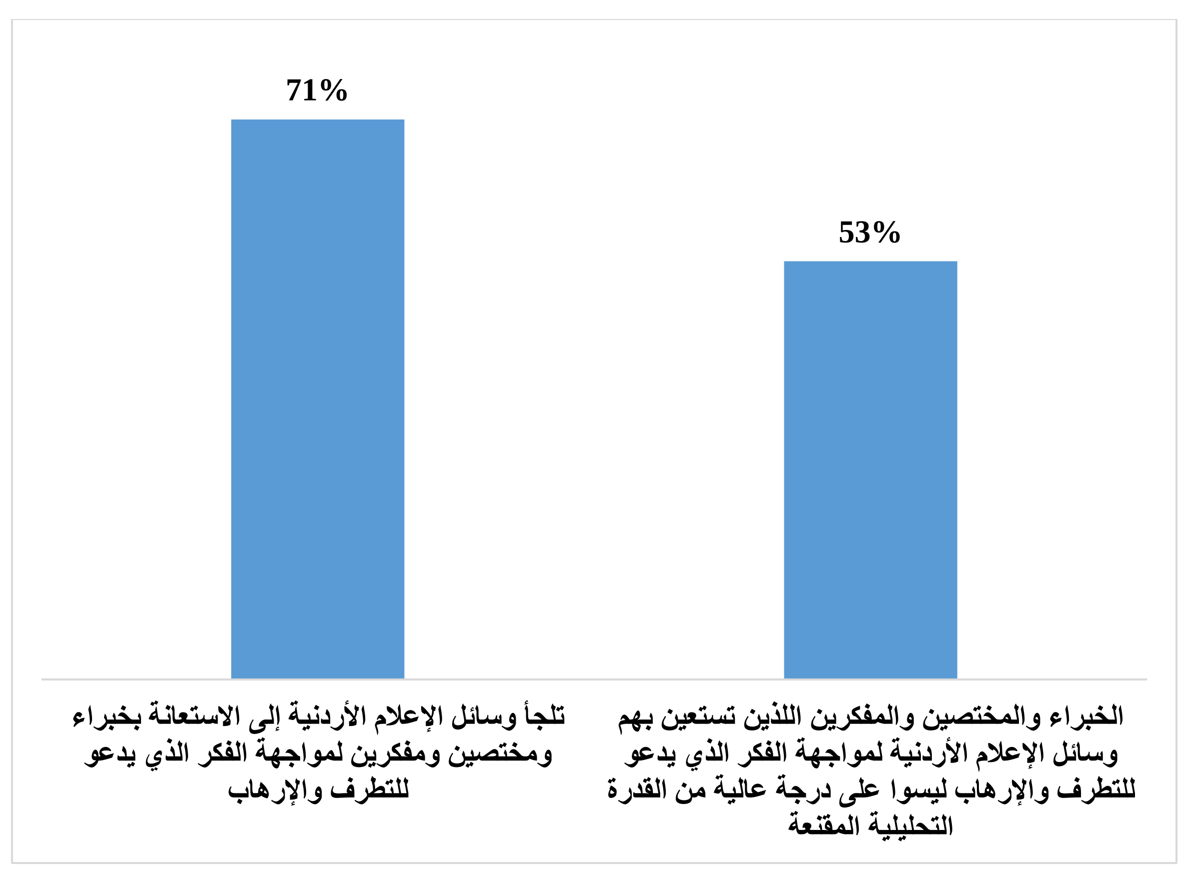
أجمع (٦١٪) على أنّ وسائل الإعلام الأردنيّة تتعاطى مع الأحداث الإرهابية ضمن منهج فكري يعمل على ترسيخ مفهوم نبذ الإرهاب بأشكالة كافة، بينما أجمع (٨٢٪) على أن وسائل الإعلام الأردنيّة تتعاطى مع الأحداث الإرهابية بصفتها مادة إعلاميّة دون أن تخوض في تحليل الآراء والأفكار للجهات التي تنفذ هذه الأفعال.

ناقش هذه النتيجة: --



أجمع (٧٤٪) على أنّ وسائل الإعلام الأردنيّة تدرك المفهوم الحقيقي لخطاب الكراهية داخل المجتمع الأردنيّ، وبالتالي تعمل على التصدّي له، بينما رأى (٤٦٪) أن بعض وسائل الإعلام الأردنيّة تقوم (دون قصد) ببث خطاب الكراهية داخل المجتمع.

ناقش هذه النتيجة:



أجمع (٧١٪) على أن وسائل الإعلام الأردنيّة تلجأ إلى الاستعانة بخبراء ومتخصصين ومفكرين لمواجهة الفكر الذي يدعو للتطرّف والإرهاب، بينما أجمع (٥٣٪) على أنّ الخبراء والمتخصصين والمفكرين اللذين تستعين بهم وسائل الإعلام الأردنيّة لمواجهة الفكر الذي يدعو للتطّرف والإرهاب، ليسوا على درجة عالية من القدرة التحليلية المقنعة.

ناقش هذه النتيجة:



يهدف مرصد مصداقيّة الإعلام الأردنيّ (**أكيد**) إلى المساهمة في دعم وحماية حق المجتمع في المعرفة، وكذلك مساعدة وسائل الإعلام في تحسين جودة محتواها وادائها، إضافة إلى:

- المساهمة في رفع سوية أداء وسائل الإعلام الأردنيّة من خلال تطوير قدرات الصحفيّين في الوصول إلى المعلومات من مصادرها.
- المساهمة في نشر ثقافة جودة المعلومات في العمل الصحفيّ من خلال التحسين المستمر للمدخلات والعمليات والمُخرجات.
- التعرّف على مدى التزام وسائل الإعلام بتطبيق أدوات التنظيم الذاتي مثل ميثاق الشرف الصحفيّ الأردنيّ ومدوّنات السلوك المهنيّ والاخلاقيّ والقواعد المهنية والمبادئ الاخلاقية.
- الكشف عن الأخبار الكاذبة، أو المضلّلة، أو التي تشوّه الحقائق، أو تعتمد على انصاف الحقائق، أو تلك التي يشوبها اختلالات مهنية في الوصول إلى المصادر أو التعامل معها.
- نشر نماذج بديلة مختارة من الممارسات المهنية ذات الجودة العالية في التعامل مع المعلومات ومصادرها في قضايا أو تغطيات نالها التشويه والاختلالات في التعامل مع المعلومات.
- إيجاد مرجعية وطنية مستقلة لتطوير معايير المصداقية وجودة المعلومات الصحافيّة من خلال ما يصدر عن المرصد من وثائق وتقارير.
- ادخال ممارسة مهنية جديدة في رصد ومساءلة وسائل الإعلام تقوم على أسس علمية، ووفق أفضل الممارسات.



 "تجمّع أطفال خلال بثّ مباشر" .. مقطع مصوّر مُجتزأ وقديم

الولوج للتقارير

وسائل إعلام تنقل جنازة مُصابة بـ"كورونا" وترتكب مخالفة أخلاقية صارخة

-

560

03/28/2020

أكيد-انتهكت وسائل إعلام محليّة وأخرى عربيّة خصوصية دفن سيدة مصابة بفيروس كورونا، وقامت بتصوير لحظات دفنها، ونقلها للجمهور، الأمر الذي يُعدّ انتهاكاً صارخاً

الولوج للمعايير

المعايير	الأسلوب	الموارد	الأطر المرجعية

المعايير

معايير التحقق من مصداقية التغطية الصحافية

قائمة التحقق السريع في فحص مصداقية المحتوى الإخباري

معايير التحقق من مصداقية ومهنية الوسائل والأداء الإعلامي



مرصد مصداقية الإعلام الأردني

هل استخدمت موقع أكيد قبلا، وفي أي مجال؟

ماذا استفدت من استخدامه؟

ما هي مقترحاتك لتطوير مرصد أكيد؟

3 المحور الثالث

التحقّق وأدواته

Fact-Checking Tools

تمهيد

مع تصاعد التأثير السياسيّ على وسائل الإعلام ونشوء المحتوى الكثيف الذي ينتجه استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، أصبح صعباً، التمييز بين الواقع والخيال، وبين الحقيقي والمزيف. فعندما تنشب الأزمات، وتعلن حالات الطوارئ، أو حتى الانتخابات، والصراعات الاجتماعية الأخرى، يحتاج الإعلاميّون لأن يكونوا في الطليعة، مع التأكد من أنهم يقدمون معلومات دقيقة، وموثوقة، وقابلة للمساءلة في الوقت المناسب. ونظراً لأن ظاهرة الأخبار الزائفة (Fake News) أصبحت أكثر سطوعاً، بات ضرورياً أن يمتلك الإعلاميّون والمهنيّون العاملون في وسائل الإعلام، الأدوات المناسبة لمواجهة مخاطرها، إذ لا تستقيم أمور الصحافة إلاّ بالتثبت من الحقائق التي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالمصلحة العامة، فتكون هذه الحقائق عرضة للتغييب المقصود أو التحوير في المعنى والتزييف.

تقول القاعدة العلميّة المعروفة، إنّ الإشاعة تظهر، وتنتعش، وتنتشر، عندما تغيب الحقيقة، والدول التي تُكمّم مصادر الخبر، وتعمل على منعه من الوصول إلى الناس، تكون عادة أكثر عرضة لمخاطر الإرهاب والتطرّف، إذ إنّ سياسة الزجر وقمع الحريات، يؤسّسان لبيئة ينتعش فيها الرفض الشعبي عموماً، والتطرّف خصوصاً، الذي يغذّي وينمّي الميول العنفية التي تغذي الإرهاب وتنظيماته وتوفر لهما رصيداً بشرياً، يشكلّ قنابل موقوتة في المجتمع.

وتُعدّ الواقعية من أهم القيم عند التعامل مع الأخبار، لأنّ الخبر في التعريف يعني تطابق المنقول مع الواقع أيّ تطابق الخبر مع الواقع، حيث لا مجال للخيال الأدبي، والتخمين، والافتراض في العمل الإعلاميّ.
ولأنه من الصعب عموماً، توقع الزمان والمكان اللذين يضرب فيهما الإرهاب، ومن الصعب توقع متى تندلع أحداث ذات صلة بالتطرّف، فإن الحال يستدعي أن تكون وسائل الإعلام والإعلامّيون على سوية عالية من المهنيّة والاحتراف، للتفاعل مع هذه الأحداث لحظة وقوعها. وتستدعي عملية الاستعداد اعتماد منهجية على شكل خطط، يصار لتنفيذها مباشرة بعد وقوع هذه الأحداث.
في هذا المحور، سيجري تناول أدوات التحقّق من المحتوى الإعلاميّ المرتبط بمكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية.

مفاهيم التحـقق (Fact-Checking Concepts)

١- النقطة المرجعية (Reference Point)

غالباً ما تكون وسائل الإعلام المصدر الأوّل (النقطة المرجعيّة) لتزويد المواطنين بالمعلومات في اللحظات الأولى لأيّ عمل إرهابي، قبل أن تتمكّن السلطات العامة من تولّي المسؤوليّة والتحكم بالاتصال. لذا فإنّ مهمة وسائل الإعلام أساسيّة في تقديم معلومات واضحة، ودقيقة، وسريعة، ومسؤولة، بُغية مساعدة المواطنين على ضمان أمنهم، عن طريق العمل المشترك والمتوازي مع الأجهزة الرسمية. ومع تزايد ما يُسمّى بصحافة المواطن عبر (شبكات التواصل الاجتماعيّ، والهواتف المحمولة، والمدوّنات الإلكترونية) والانتقال إلى تدفّق مستمرّ من المعلومات، بات ضرورياً، التحقّق من تدفق هذه البيانات والمعلومات، وفرزها، وتفسيرها. لقد أثبتت الوقائع بما لا يدع مجالاً للشك، أنّ للتغطية الصحافية المهنيّة والأخلاقية، دوراً ومهمة حاسمين، على الرغم من أنها تنتقل وسط الفوضي في بيئة مضطربة بفعل الإشاعات، والاستقراء، والتخمين، والاستفزاز، والارتباك، والقلق الذي يصاحب العملية الإرهابيّة.

٢- البحث عن الحقيقة (Searching for the Truth)

يُعدّ البحث عن الحقيقة، بصفته أحد المبادىء الأساسية للصحافة، أمراً ضرورياً في سياق الأحداث الإرهابية وتلك الناجمة عن مظاهر التطرّف. ففي اللحظات الأولى غالباً ما يكون الارتباك والتخمين هما القاعدة المهيمنة، وبالتالي يُنتظر من الصحافيّ تقصّي الحقائق بدقة وتجنّب الغموض. وتُعدّ وسيلة تقصّي الحقائق، وإيضاحها، ضرورة قصوى، إذ يتضمّن البحث عن الحقيقة كذلك الحق في التفسير وواجب التفسير، وإن كان يُنظر في بعض الأحيان إلى هذا النهج شكلاً من أشكال التبرير للأعمال الإرهابية (ويُندّد به على هذا الأساس). ولكن على الرغم من ذلك، فإنّ الجرأة في إيضاح أسباب عدم التعقل في هذه المرحلة، ضرورية ضمن المعطيات التالية:

- لا يجوز التذرّع بوحشية الأعمال الإرهابية لرفض تحليل أسبابها.
- لا يجوز إنكار الحقيقة المتمثلة في تأكيد أنه (لا يوجد شيء يتعين فهمه حول الإرهابيين).

عندما بدأت "روكميني كاليماتيشي" (Rukmini Callimachi) الصحفيّة في صحيفة "نيويورك تايمز" (New York Times) تحقيقاً عن الجماعات الإرهابيّة في مالي (Mali) عام ٢٠١٣، واجهت انتقادات عنيفة، وسُئلت: كيف تعطي لمثل هؤلاء الأشخاص فرصة الكلام؟ وكان ردّها على ذلك: إنّ تحقيقاتي الصحافيّة لا تُنكر أنّهم يرتكبون جرائم ضدّ الإنسانية، ولكن تتمثّل وظيفتنا بصفتنا صحافيّين، في أن نفهم وننقل اللون الرمادي في الحالات التي لا يكون فيها إلاّ الأبيض والأسود فقط، لأنّ اللون الرمادي دائماً موجود.

٣- المسؤوليّة تجاه الآخرين (Responsibility)

تُؤثر الأنشطة التي تضطلع بها وسائل الإعلام في الناس والمؤسّسات وعناصر المجتمع كافة، وبالتالي يجب أن تُحقّق وسائل الإعلام التوازن بين حقها وواجبها بالإبلاغ وبين ضرورة التقليل من شأن الانعكاسات السلبية لبثّ أو نشر المعلومات على احترام كرامة الضحايا، وبخاصةٍ حماية الرهائن أو سلامة عمليات قوات الأمن. ومع ذلك، إذا كانت أخلاقيات العمل الصحافيّ تدعو إلى الشعور بالإنسانية، فإنها لا يمكن أن تُؤثر على الوظيفة الأساسية للصحافة، وهي الإبلاغ عن الموضوعات التي تخصّ المصلحة العامة، دون أن تتأثر بمزاج الرأيّ العام أو بالأوامر التي تُصدرها السلطات. وثمّة وقت معين بالفعل يمكن أن تختلط فيه التساؤلات عن نتائج المعلومات مع الرقابة الذاتية المفرطة على حساب حق المواطنين في المعرفة.

٤- الشفافية (Transparency)

لا مفرّ من أن يثير الإرهاب الشكوك حول الاختيارات التحريرية لوسائل الإعلام، فما هو المُبرّر وراء نشر بيان صحافيّ لتنظيم إرهابي، أو صور مأخوذة من فيلم فيديو لرهائن يُذبحون؟ وتُبرّر بعض وسائل الإعلام قراراتها فوراً وعلناً، بينما لا يقدم البعض الآخر مبررات إلا بعد التشكيك بها. والنتيجة المنطقية لهذه الشفافية هي تصحيح الأخطاء بأقصى قدر من السرعة والوضوح والأمانة عن طريق تحليل التغطية الإعلاميّة وتحديد أخطائها وحالات خروجها عن الخط المهني الأخلاقي.

٥- الشك والحذر (Doubt and Caution)

يُمثّل توخي الشكّ والحذر شرطاً دائماً، وتنطبق عليه عبارة بطل المسلسل التلفزيوني الشهير (كولومبو): **"نعم، لكن لدي سؤال آخر وأخير قبل أن أغادر (Yes, but I have one last question before I leave)"** لدى وقوع أيّ حدث إرهابي، تدخل وسائل الإعلام في حالة طوارئ، وتعطي الأولوية للبثّ المباشر في سياق تسوده أجواء عدم اليقين، وتملؤه مقتطفات إخبارية وسط بيئة إعلاميّة يتزايد فيها نشاط الشبكات الاجتماعية الذي أصبح يفوق طاقتها، وتنتشر أشراك الإشاعات، والتضليل، والعواطف في كلّ مكان. ومن الضروري الاحتفاظ بالحسّ النقديّ إزاء جميع الجهات الإعلاميّة، وتوخى الحذر من أنفسنا ومن أحكامنا المسبقة. فكل وسائل الإعلام، بما فيها المرموقة منها والإعلاميّون ووكالات الأنباء الكبرى، مُعرّضة للوقوع في أخطاء، وإن لم يكن من الممكن التحقّق من المعلومة، يجب على الأقلّ، تحديد مصدرها وتوصيفها بوضوح، أيّ تحديد المصدر وتحذير الجمهور من أنها لم تؤَّكد بعد. وتنطبق هذه القاعدة على الحقائق التقليديّة والأفكار المسبقة والنظريات المقبولة على نطاق واسع. وتسوق لنا آن سبكهارد (Anne Speckhard)، مديرة المركز الدوليّ لدراسة التطرّف العنيف (International Center for the Study of Violent Extremism) ومؤلفة كتاب التحدّث مع الإرهابيين (Talking to Terrorists)، ضرورة التحقّق من كلّ شيء ووزن الأمور وتبريرها، وتفعيل المقولة الشهيرة للصحافة القائمة على الشك "إذا قالت لك أمك إنها تحبك، فتحقّق من الأمر".

يشكّل تغطية الإرهاب والتطرّف تحدياً لوسائل الإعلام نظراً لما تسببه من ارتباك وقلق، وما تستثيره من عطش للمعلومات الآنية، وما تنطوي عليه من قضايا سياسية، ورغبة كل طرف في التحكم بالسردية.

ميثاق الشرف للأخلاقيات الإعلاميّة في الفضاء الرقميّ

ناقش البنود التالية:

أهمية الاستمرار بالإيمان بدور الصحافة المهنيّة الحرة:

تغليب المصلحة العامة:

احترام الحياة الخاصة:

المساءلة الاجتماعية:

الحرية الأدبية والفنية:

حدود التدخل الإعلامي:

التنظيم الذاتي:

حقوق الملكية الفكرية:

معايير التحـقّق (Fact-Checking Standards)

الدقة (Accuracy)

الدقّة هي أساس المصداقيّة، وبالتالي أساس الثقة بين وسائل الإعلام والإعلاميّين والمجتمع، وهي بالمفهوم الاجرائي، تفادي الأخطاء بأنواعها؛ المعلوماتية، والمفاهيمية، واللغوية، والنحوية، والمطبعية، وسواها. كما تحتاج الدقّة الصحافيّة إلى الالتزام بما هو مهنيّ، والتثبّت من صحّة الآراء والمواقف والمعلومات ومصادرها، كما تحتاج إدراكاً للسياق، وامتلاكاً للخلفية التي تحول دون ارتكاب الأخطاء والهفوات.

الجدول التالي يبين مؤشرات الدقّة:

المؤشر	التفسير
صحّة المحتوى	المحتوى غير الصحيح يأخذ متلقّي المادة الإعلاميّة إلى تأويلات غير صحيحة ويُفقد الوسيلة الإعلاميّة والإعلاميّ المصداقيّة.
المعلومات الناقصة	نقص المعلومات يؤدّي إلى تشويه الوقائع، ولجوء المتلقّي إلى مصادر إعلاميّة أخرى.
نقل المعلومات	يجب نقل المعلومات كما وردت من المصدر بالضبط دون زيادة أو نقصان، وإلا فقدت الوسيلة الإعلاميّة والإعلاميّ المصداقيّة.
تجنّب الأخطاء	تجنّب أخطاء المعلومات والأرقام والمؤشرات والمفاهيم والمصطلحات، وإلا فقدت الوسيلة الإعلاميّة والإعلاميّ المصداقيّة.
الاقتباس	إسناد الآراء دوماً إلى مصادرها.
المصادر	- يجب أن تكون المصادر موثوقة، وإلا فقدت الوسيلة الإعلاميّة والإعلاميّ المصداقيّة - لا تنسب إلى مصادر جماعيّة إلا في الحدود الضيّقة.
الصور والفيديوهات والمقاطع الصوتيّة	لا ينبغي استخدام أيّ منها إذا كانت مزيّفة ومتلاعباً بها، وإلا فقدت الوسيلة الإعلاميّة والإعلاميّ المصداقيّة.

الشموليّة والتكامل (Inclusiveness and Integration)

يجب أن تكون المادة الإعلاميّة شاملة، ومكتملة، وغير مجتزأة أو انتقائية، وتضمن تتبّع الخبر من نشأته حتى نهايته، والبحث عن العناصر المكمّلة له، سواء عن طريق المصادر الأصليّة أو أقسام المعلومات.

الجدول التالي يبيّن مؤشّرات الشموليّة والتكامل:

المؤشر	التفسير
الإحاطة	يجب أن تكون الإحاطة كافية وشاملة بالموضوع، وإلّا لجأ المُتلقّي إلى مصادر أخرى.
استخدام منهجيّة (5Ws)	معرفة من (Who)، ماذا (What)، متى (When)، أين (Where)، لماذا (Why).
السياق	الالتزام بالسياق المنهجيّ والموضوعيّ، وإلاّ خرج الموضوع عن الهدف المقصود من تغطيته إعلاميّاً.

الوضوح (Clarity)

لا بُدّ من الوضوح في العرض، الذي يؤدّي إلى فهم المحتوى، لدى المتخصّصين والعامة على حدّ سواء، مع تجنّب خطر التبسيط الذي قد يؤدّي إلى التحريف، ومن ثم عدم فهم المحتوى كما ينبغي، ويجب الحذر من المبالغة في التبسيط، لأنه يؤدّي إلى شعور بعض الفئات بالاستهانة بذكائهم.

الجدول التالي يبيّن مؤشّرات الوضوح:

المؤشر	التفسير
المحتوى	يجب أن يكون المحتوى محدداً وواضحاً في ذكر الوقائع، والأحداث، والأشخاص، والمسمّيات، وكذلك: - يُشار بوضوح إلى المعلومات التي لم يُتحقّق منها. - المحتوى الأرشيفي يُشار إلى تاريخه ولا يُنشر محتوى قديم على أنه خبر جديد. - ذكر الحقّائق الجدليّة مع مصادرها.
المعلومات	- الابتعاد عن التعقيد والمفاهيم المتخصّصة عند طرح المعلومات. - الإشارة إلى كيفيّة الحصول على المعلومة، حتى وإن كان التحفّظ على ذكر المصدر ضرورياً. - الإشارة بوضوح الى تاريخ الصور والفيديوهات ووصفها ومصدرها.

الحياد (Neutrality)

يتحقّق الحياد بتجنّب الانحياز، أي الميل الذاتي والمحاباة في التغطية الإعلاميّة، او الرؤية أحادية الزاوية القائمة على المصالح، فالحياد يعني جميع الممارسات المقصودة وغير المقصودة التي تخلو من دوافع التحريف، او التهميش، أو المبالغة، أو الانتقاء التي تخدم وجهة نظر بعينها.

الجدول التالي يبين مؤشرات الحياد:

المؤشر	التفسير
المحاباة	أن تعكس المادة الإعلاميّة انحيازاً لصالح طرف أو أكثر من أطراف القصّة على حساب طرف أو أطراف أخرى. وقد يحدث الانحياز بالمحاباة أحياناً بسبب جهل الإعلاميّ بأبعاد الموضوع الذي يقوم بتغطيته.
الانتقائيّة	من خلال حذف أو تغييب الحقائق التي تؤيد وجهة نظر بعينها، بهدف إظهارها ضعيفة لمصلحة وجهة نظر أخرى، واستخدام المصادر لمصلحة طرف ما أو ضد طرف آخر.
التضخيم	من خلال تنميط بعض أطراف القصّة، بشكل يؤدّي إما إلى ترفيع مكانتهم أو الإضرار بهم.

الإنصاف والنزاهة (Fairness and Integrity)

يقتضي الإنصاف والنزاهة، نقل ما حدث وما يقال كما حدث وكما قيل بالفعل، وبأعلى درجات الأمانة وباستخدام التعبيرات التي قيلت، ودون أي أحكام أو تقييم أو محاولة لتصحيح ودرء الضرر بأكبر قدر ممكن.

المؤشّرات التالية تُبيّن مفهوم الإنصاف والنزاهة أثناء الممارسة الإعلاميّة:

- الأمانة في نقل ما حدث وما قيل، وعدم تحريفه بعيداً عن الاختصار بما قد يفقده معناه.
- الابتعاد عن تفسير ما قاله المصدر.
- عدم إطلاق الأوصاف والأدوار التي قد تنمّ عن توجّهات محددة سلفاً.
- الابتعاد عن التسبب بالألم أو الحرج أو إلحاق الضرر بالاشخاص المعنيّين بالأخبار.
- الالتزام بالإطار القانوني في حماية الخصوصيّة، بما لا يتناقض مع حق المجتمع بالمعرفة.
- عدم نشر الصور التي تسيء للأفراد الذين تدور حولهم الأخبار إذا كانت الإساءة أكبر من القيمة الإخبارية للصورة.
- عدم نشر الاتهامات غير الصادرة عن مصدر معنيّ ودون أدلّة واضحة.

الموضوعيّة (Subjectivity)

تُستخدم الموضوعيّة في الإعلام بوصفها رديفاً لكثير من القيم الإخبارية أو بوصفها خلاصة للدقّة والإنصاف والتوازن، وحتى تكون الموضوعيّة ذات قيمة معيارية قابلة للقياس والتقييم، فإنّ هذا الدليل يعتمد قواعد الفصل الموضوعيّ التي توصلت إليها الأدبيات والممارسات الصحافيّة تاريخياً والقابلة للفحص والتقييم.

تُقاس الموضوعيّة في الفصل وفق المؤشرات الآتية:

- المحتوى يفصل بين الأخبار والمواد الإعلانيّة.
- المحتوى يفصل بين الأخبار والآراء.
- المحتوى يفصل الوقائع عن التكهّنات.
- المحتوى يفصل بين المعلومات والوقائع من جهة، والخيال والعواطف من جهة أخرى.

التوازن (Balance)

يتحقّق التوازن بنقل المعلومات وآراء المصادر بتساوٍ ودون أيّ أحكام أو تقييم، والحرص على التوازن بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة، ويعني التوازن أن يعكس المحتوى وجهات نظر ومعلومات الأطراف كافة وبالتساوي. والتوازن في التغطيات السياسيّة هو الأكثر حساسية ويتحقّق عادة بتعريف متوازن للمواقف السياسية كافة. ويجدر الانتباه إلى أنّ المضمون المتوازن لا يعني دائماً المضمون الدقيق.

يُقاس التوازن وفق المؤشرات الآتية:

- التوازن في عرض المصادر.
- التوازن في استخدام اللغة بعيداً عن المبالغة.
- التوازن في استخدام عناصر الإبراز والعناوين.
- التوازن في استخدام الصور والفيديوهات.
- التوازن في إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف ذات الصلة.

أدوات التحـــقّق (Fact-Checking Tools)

في طريق البحث عن الحقيقة، يلتزم الإعلاميّ (المحرر، والكاتب، والمُعدّ، والمُقدّم، والمنتج، والمخرج، والمصوّر، ومهندس الصوت والإضاءة، وكلّ التقنيين المساندين)، وكذلك الوسيلة الإعلاميّة (المرئيّة، والمسموعة، والمطبوعة، والإلكترونية) بمعايير البحث عن المصداقيّة، والتثّبت من البيانات وموثوقيّة المصادر، وبخاصةٍ عندما يتعلق العمل الصحافيّ بمكافحة التطرّف والإرهاب والتصدّي لخطاب الكراهية. من هذا المنطلق فإنّ الجميع محكومون بالضوابط التالية بوصفها منافذ لأدوات التحقّق.

تمرين رقم (١٦)

إذا كانت مزيفة، فلن تكون خبراً، وإنما يشار إليها بمعلومات مضللة.

If it’s fake, it can’t be news. Rather refer to mis- or disinformation.

ناقش هذه الفكرة:--

كن على صواب بدلاً من المخاطرة بالوقوع في الخطأ أثناء محاولة السبق الصحافيّ.

Rather be right than risk getting it wrong in the race to be first.

ناقش هذه الفكرة:--

تحقّق ثلاث مرات قبل أن تنشر مرّة واحدة.

Check thrice before you post once.

ناقش هذه الفكرة:

فحص الحقائق ليس شيئاً تفعله أحياناً؛ إنه جزء من سير العمل الصحافيّ اليوميّ.

-checking is not something you sometimes do; it's part of your- day-to-day workflow as a journalist.

ناقش هذه الفكرة:

بمجرّد نشر الخبر، لا يمكن التراجع عنه.

Once it's out there you can't take it back.

ناقش هذه الفكرة:

الأدوات لا تقوم إلا بالمساندة، ويبقى عليك القيام بالصحافة المهنيّة.

Tools only do the heavy lifting – you still need to do the journalism.

ناقش هذه الفكرة:--

يجب أن يبقى شعارك تحقّق تحقّق تحقّق.

So, your default should always be: verify, verify, verify…

ناقش هذه الفكرة:--

الصحافيّ الجيّد يكون كذلك بجودة مصادره.

A journalist is only as good as (his/her) sources.

ناقش هذه الفكرة:--

قد ينسى النّاس من حقق السبق الصحافيّ، لكنهم لا ينسون من أخطأ.

People will forget who got it first, but they remember who got it wrong.

ناقش هذه الفكرة:---

قائمة ببعض برامج التحقّق ومواقعه

تعدّدت البرامج والمواقع التي تتيح للصحافيّ التثبّت والتحقّق من الخبر، وناشره، ومن الصور والفيديوهات.

ما يلي قائمة ببعض هذه المواقع:

InVID	https://www.invid-project.eu
TinEye	https://tineye.com
Hoaxy	https://hoaxy.iuni.iu.edu
Factcheck.org	https://www.factcheck.org/fake-news/
Google reverse image	http://reveal-mklab.iti.gr/reveal/
Who Tweeted It First	http://ctrlq.org/first/
Domain BigData	https://domainbigdata.com
Social Mention	https://www.talkwalker.com
Google Alerts	https://www.google.com/alerts

Free Review Monitoring	https://www.freereviewmonitoring.com
Google Trends	https://trends.google.co.uk/trends/?geo=GB
Facebook Graph Search	https://web.facebook.com/help/821153694683665?_rdc=1&_rdr
GeoSocial Footprint	http://geosocialfootprint.com

ما يلي عرض لبعض التطبيقات في مجال التحقّق، وسيتمّ التدريب العمليّ على هذه التطبيقات أثناء الورش التدريبية:

آلية التحقّق من الصور (Image Fact-Checking Tools)

تجتاح الصور المزيّفة والمُحوّرة الفضاء الإعلاميّ، وبالتالي تنعكس سلباً على مصداقيّة وسائل الإعلام والإعلاميّين الناقلين لمحتوى هذه الصور. الصورتان التاليتان مثال على هذا النوع من التزييف للحقائق.





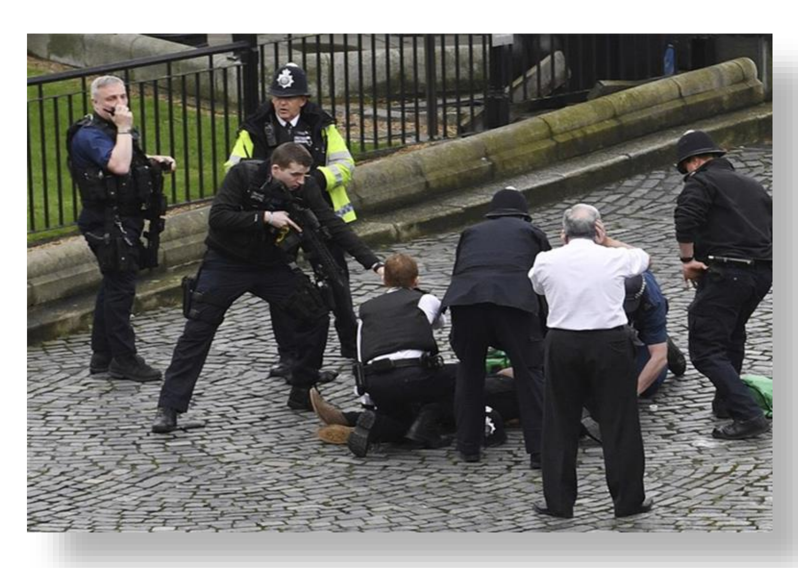
تعدّدت المواقع التي تقوم بفحص الصور، وتواريخ وأماكن نشرها والأحداث المرتبطة بها، فمنها ما هو مجانيّ، ومنها ما هو باشتراكات سنويّة متاحة للأفراد والمؤسّسات الصحافيّة.

ما يلي استخدام لأحد المواقع المجانيّة (Reveal Image Verification Assistant) على شكل خطوات:

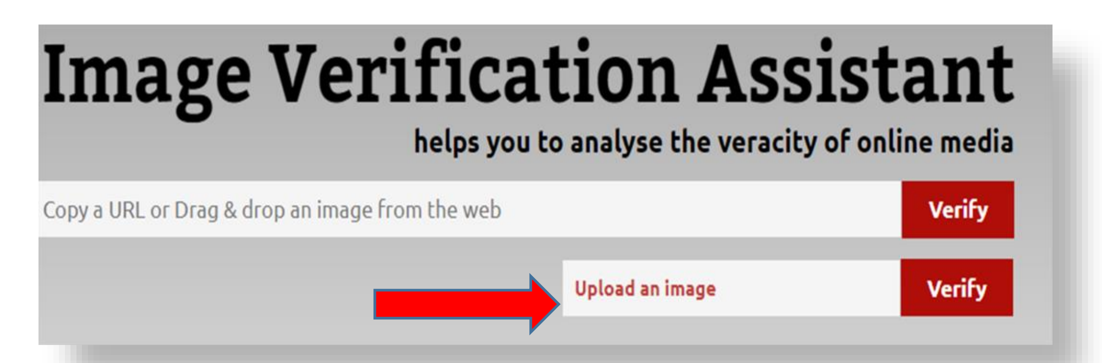
١- الولوج إلى الموقع.

http://reveal-mklab.iti.gr/reveal/

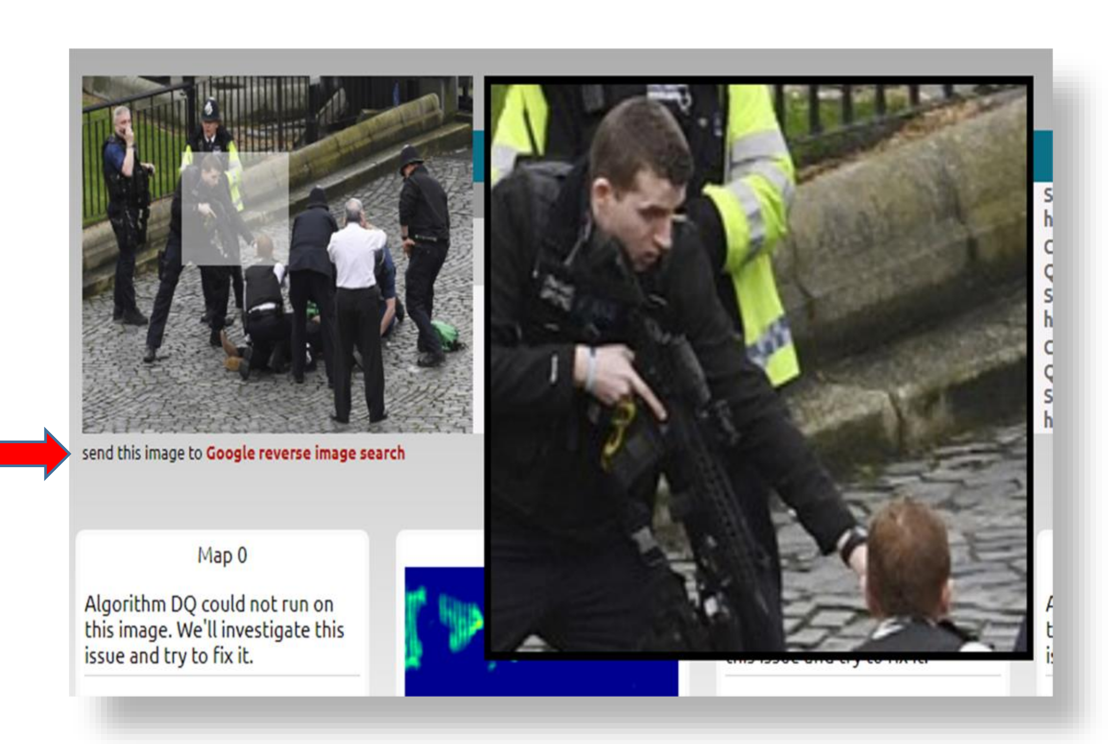
٢- اختيار الصورة (قيد التحقّق) ووضعها في ملف خاص على الحاسوب.



٣- تحميل الصورة على الموقع.



٤- بعد ظهور النتائج التي توضّح التفاصيل التقنيّة للصورة، يعطي البرنامج خاصيّة تكبير الصور لمزيد من معاينة التفاصيل، كما في الشكل التالي:



٥- وعند الضغط على (Google reverse image search) مكان السهم، تظهر النتائج عن مكان استخدام الصورة والأخبار المتعلّقة بها، كما في الشكل التالي:



Report images

Pages that include matching images

abcnews.go.com › International › story

8 arrested over 'sick' terror attack in London that killed 4 ...



608 × 342 - Mar 23, 2017 - The car then crashed into the fence around the Houses of **Parliament**, and a man armed with a knife **attacked** an officer who was guarding ...

www.bbc.com › news

London attack: Two killed in Westminster 'terror' incident - BBC ...



976 × 549 - Mar 22, 2017 - A police officer and a woman have been killed near **Parliament** in central London in what Scotland Yard are treating as a **terrorist**

آليّة التحقّق بأسبقية النشر على "تويتر" (Twitter)

تعدّدت المواقع التي تقوم بفحص أسبقية النشر عبر "تويتر" بذكر أسماء المغرّدين وتواريخ التغريدات. ما يلي استخدام لأحد المواقع المجانية على (Who Tweeted It First) شكل خطوات:

١- الولوج إلى الموقع.

http://ctrlq.org/first/

٢- وضع التغريدة (**الذكرى التاسعة لتفجيرات فنادق عمّان**) مكان السهم.



٣- استطلاع النتائج التي تظهر ترتيب أسبقيات المغرّدين، كما في الشكل التالي:



آليّة التحقّق من تفاصيل الموقع الناشر للخبر

تعدّدت المواقع التي تقوم بفحص تفاصيل الموقع الناشر للخبر، والمالكين، وعُمر الموقع الإلكترونيّ. ما يلي استخدام لأحد المواقع المجانيّة على **(Domain BigData)** شكل خطوات:

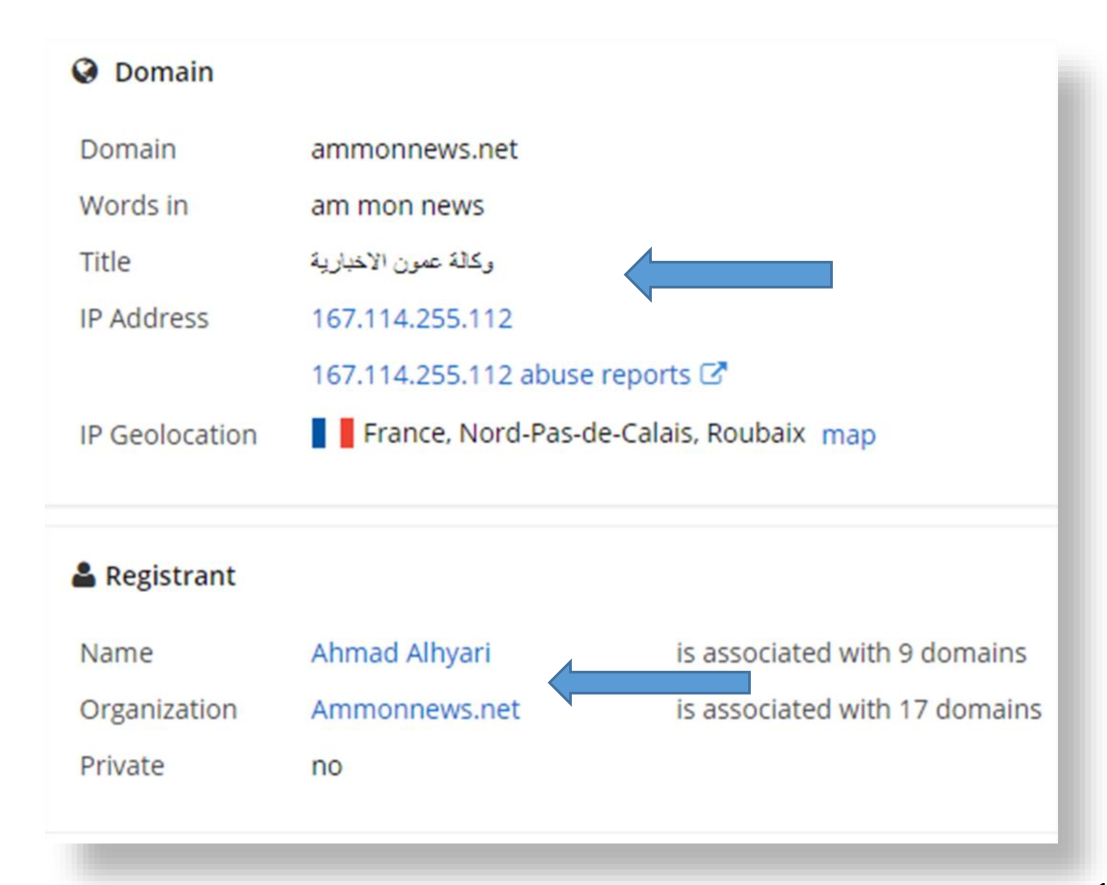
١- الولوج إلى الموقع.

https://domainbigdata.com

٢- وضع URL (https://www.ammonnews.net/article/497999) مكان السهم.



٣- استطلاع النتائج التي تُظهر مالك الموقع، وعُمره، وتفاصيل إضافية، كما في الشكل التالي:



المحور الرابع 4

روايات التطرّف والإرهاب

Extremism & Terrorism: Story Telling

تمهيد

تقارب الرواية، الواقع والتاريخ، فهي توثّق لعصرها بكلّ ما يعتمل فيه من تناقضات، واختلافات، وصراعات، وتتناول قضاياه المستجدّة، في مسعى لتأريخ تفاصيلها. ويلجأ كُتّاب الرواية إلى معالجة موضوعاتهم ومقاربتها وتصويرها عبر شخصيات تمثّل كلّ طرف أو فكر وترمز إليه، إذ إنّ الرواية تصبح بمثابة دراسة فكريّة، وفلسفيّة، واجتماعيّة، ونفسيّة، وتاريخيّة للأحداث والشخصيات، وإن كان ذلك كلّه عبر الخيال والتخيّل المبنيين على الوقائع والتاريخ.

وتُبرز الرواية أنّ التطرّف والإرهاب لا يقتصران على جانب حياتيّ أو سلوكيّ بعينه، بل يتعدّيان ذلك إلى مختلف مناحي الحياة، وإن كان التطرّف والإرهاب قد تم إقرانهما بالدينيّ في الخطابات الإعلاميّة الراهنة، لكنّهما لا ينحصران أو يتقيّدان به، بل هو انعكاس زاوية من زواياهما المتشعّبة، وحالة من حالاتهما التي تتكاثر في الواقع. ويفرز البحث في ظاهرتَي التطرّف والإرهاب، طائفة من المعاني وعدداً من الدلالات التي تبرز أنها ظاهرة راهنة وإن كانت تعود إلى الماضي. لكن خطورة الإرهاب أصبحت شديدة في ظلّ العولمة، ولها تجاذبات داخلية، وخارجية، وعربية، وإقليمية، ودولية، لأنّ التطرّف أصبح كونياً، وهو موجود في مجتمعات متعدّدة ولا ينحصر في دين، أو دولة، أو أمّة، أو شعب، أو لغة، أو ثقافة، أو هويّة، أو منطقة جغرافيّة، أو غير ذلك، وإنْ اختلفت الأسباب باختلاف الظروف والأوضاع. والإرهاب عموماً، لا يقبل الآخر، ولا يعترف بالتنوّع، ويسعى إلى فرض الرأي بالقوّة والعنف والتسيّد.

باختصار؛ قد لا يُضير الإرهابيّين أو المتطرّفين وصمهم بالإرهاب والتطرّف العنيف؛ لأنهم يفتخرون بذلك أصلاً؛ باعتبارهم حماة الحق من وجهة نظرهم وشهداء الدفاع عنه أمام أعدائه البعيدين أو القريبين. ومن باب أولى تحليل الفكر الذي يستندون إليه من أجل التصدّي لهم.

تتناول روايةُ خبز وشاي للكاتب والروائي الأردنيّ أحمد الطراونة شريحةً اجتماعية مقهورة تبحث عن حياةٍ كريمة، وهذه الشريحة انتقاها الكاتب بذكاءٍ وعنايةٍ مِن الواقع الذي نعيشه، واختار أن يكون سرده فيها واضحاً للأحداث المعاصرة بجميع تجاذباتها الفكرية وتعرّجاتها الحياتية، كما اعتنى بإظهار مواقف الشخصيات تجاه تلك الأحداث؛ إذْ هو لا يروي قصّة واحدة فحسب، بل يروي قصصاً متعدّدة لشخوصٍ مختلفة في أفكارها ونوازعها حتى تصبح كلّ قصّة تمثّل شريحة اجتماعية معينة.

يبدو واضحاً أن أهمّ العوامل التي ترتكز عليها قضية الإرهاب المطروقة في الرواية هو عامل الفقر، حيث تُصوّره الرواية حالة تؤسِّس لخيارات فكرية متطرّفة ومواقف إرهابية حادة، ليس الفقر بمعناه البسيط السائد فحسب، وإنما بصورة أخرى أيضاً وهي الأكثر أهمية: الفقر الثقافي، والفقر الأخلاقيّ، والفقر الاجتماعي، والفقر السياسيّ.

لم تعد ظاهرة الإرهاب تقتصر على جماعات محدودة، بل إنّ تهديدها وصل إلى أساسات الدولة والهويّة، وخصوصاً في مجتمعاتنا التي غالباً ما تلجأ إلى العنف في حلّ الخلافات، الأمر الذي يحتاج إلى حوار فكريّ، وثقافيّ، ومعرفيّ، ليس بين الشرق والغرب، وبين الشمال والجنوب فحسب، بل بين أتباع الديانات والثقافات المختلفة، داخل كلّ بلد، وعلى المستوى الإقليمي، لتحديد ضوابط وأُسس توافقية لمواجهة هذه الظاهرة، التي لا يمكن القضاء عليها أو محاصرتها إلّا بنقيضها، ونعني بذلك نشر أفكار التسامح، واللاعنف، وقيم العدل، والمساواة، والتآخي، والتضامن بين الأمم والشعوب، واحترام الهويّات الفرعيّة، وهنا يأتي دور الإعلام ليكون المحرّك الأساسي في تنمية المجتمع وحمايته.

إذا كان الإرهاب وليد التطرّف، فإنّ الاختلاف في تعريفه لا يزال مستمراً، وقد رصد الباحث "ألكس شميد" (Alex P. Schmid) في كتابه "الإرهاب السياسي" (Political Terrorism) وجود نحو ١٠٩ تعريفات لمصطلح الإرهاب، وهي تنطلق من خلفيات ومصالح سياسية مختلفة. ويذهب "نعوم تشومسكي" إلى تحديد مضمون الإرهاب، الذي يعني حسب وجهة نظره: "كلّ محاولة لإخضاع أو قسر السكان المدنيّين أو حكومة ما عن طريق الاغتيال والخطف أو أعمال العنف، بهدف تحقيق أهداف سياسية، سواء كان الإرهاب فرديّاً أو تقوم به مجموعات أو تمارسه دولة، وهو الإرهاب الأكثر خطورة".

وتكشف الهجمات حقيقة وسائل الإعلام، وطريقة عملها، وردود أفعالها وأعمالها الروتينية، ومبادئها وقيمها. ويشير "ميشيل فييفيوركا" و"دومينيك وولتون" في كتاب "الإرهاب"، إلى أنّ (الإرهاب ربما يكون أحد المجالات التي تتطلّب أكبر قدر من الكفاءات المهنية)، فعادة ما ينجذب الصحافيّون إلى الإرهاب لثلاثة عوامل ينبغي أن يتوخوا الحذر منها، وهي:

- الحدث، وهو فخ يدفع الصحافة إلى معظم التصرفات النمطيّة في المهنة.
- الجهات الفاعلة التي يُحرّكها العمل الإرهابي (التي تثير الإعجاب).
- السلطة (التي يصعب على الصحافة أن تحدد مسافة تجاهها، إذ لا يخلو الأمر من تناقض).

وعلى الرغم من عنف الإرهاب فإنّه لا يستطيع إسكات وسائل الإعلام. وعلى العكس، في هذه اللحظات من التوتر والقلق، تكون المعلومات الحرّة والتعددية ضرورة أكثرمن أيّ وقت مضى، بُغية تمكين الجمهور من إطلاق أحكام مستنيرة. وعندما يستهدف أمن المواطنين بشكل مباشر، على وسائل الإعلام حماية السكان والديمقراطيّة في الوقت ذاته، عن طريق ممارسة حقها وواجبها بالإبلاغ. وهذا النهج أكّده "يان إلياسون" نائب الأمين العام السابق للأمم المتحدة في إحدى دورات المجلس في نيويورك (٢٠١٦) حين قال: "إنّ حريّة الإعلام تمثل دفاعاً ضد الخطابات الإرهابية".

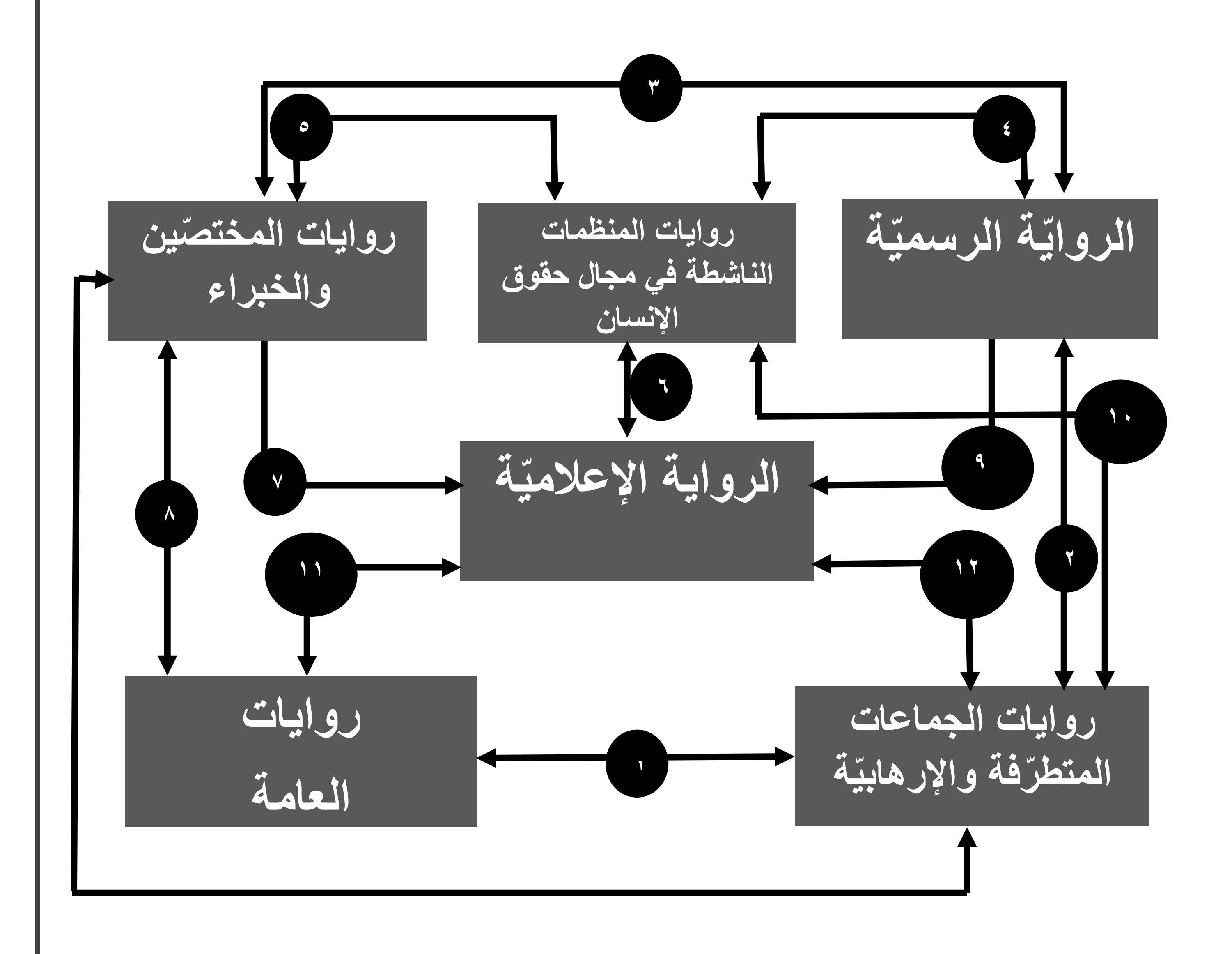


من يروي الرواية؟ بل من يروي الروايات؟

هناك ست جهات تسارع لإصدار رواياتها الخاصة عن التطرّف والإرهاب هي:

١. الرواية الرسميّة.
٢. الرواية الإعلاميّة.
٣. روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة.
٤. روايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان.
٥. روايات المتخصصين والخبراء.
٦. روايات العامة.

الشكل التالي يظهر شبكة العلاقات بين هذه الجهات:



ما يلي تفصيل العلاقات بين الجهات الست المتداخلة في سرد روايات التطرّف والإرهاب:

<table>
<tr><td>
١</td><td>روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة مقابل روايات العامة</td></tr>
<tr><td colspan="2">حين تخاطب الجماعات المتطرفة والإرهابية جمهور العامة (عبر منصّاتها الإعلاميّة)، فإنها تقوم بتبرير وجهة نظرها من خلال الاستناد إلى عدّة مبررات، منها ما هو ديني، ومنها مبررات اجتماعية، مثل الفقر والظلم الاجتماعي والحقوق المنتهكة، ومنها ما هو سياسيّ أو اقتصاديّ أو ثقافيّ. وتكمن الخطورة في قدرة هذه الجماعات على توظيف مبرّراتها من خلال استغلال الظروف الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية، والثقافية السائدة للعامة. وبالمقابل فإن تفاعل العامة مع هذه الروايات يقابل بروايات مصدرها جمهور العامة بين مؤيد أو معارض أو مجرّد مشاهد.</td></tr>
<tr><td>تتسم روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابية عند مخاطبتها للعامة بما يلي:</td><td>- استغلال الوازع الديني عند العامة.
- استغلال الظروف الاجتماعية والاقتصادية لدى العامة.
- استغلال الظروف السياسية التي تحيط بالعامة وما في الحكومات من فساد.
- استغلال الظروف الدولية الراهنة في حربها ضد هذه الجماعات بصفتها طرفاً محارباً من قوى الهيمنة الدولية.</td></tr>
<tr><td>الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة الموجه للعامة</td><td>- خطاب حماسي مبني على تحريك المشاعر.
- خطاب مسرود بلغة بسيطة يخاطب الحاجات البشرية.
- خطاب يسرد في ثناياه معرفة تامة بالظروف المحيطة بالعامة لإيهامهم بالقرب منهم.
- خطاب يسرد أسباب الاستهداف.
- خطاب يطلب من العامة المؤازرة والدعم.</td></tr>
<tr><td>الأجندة المخفية في الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابية المُوجّه للعامة</td><td>- محاولة تجييش الشارع لمصلحة الفكر الظلاميّ.
- محاولة تجنيد الشباب.
- ترهيب الدولة والمجتمع للحصول على تنازلات.</td></tr>
<tr><td>الدور الإعلاميّ</td><td>في مقابل هذا الخطاب، يأتي دور الإعلاميّين ووسائل الإعلام الأردنيّة متمثلاً فيما يلي:
- كشف زيف الادعاءات التي تستغلها هذه الجماعات في خطابها ورواياتها، سواء كانت دينية، اجتماعية، اقتصادية، سياسية أو ثقافية.
- كشف الوجه الحقيقي لهذه الجماعات من خلال تحليل أجندتها المخفية، والمقاصد الفعلية وإظهارها للعامة.
- توعية الشباب من مخاطر الانزلاق نحو الارتباط بهذه الجماعات عن طريق الانخراط المباشر أو الترويج لأفكار هذه الجماعات.
- تبني خطاب إعلاميّ مضاد يستند إلى الحقيقة والحرص على الدولة والمجتمع.
- تفنيد كل المزاعم والمبرّرات التي تستعملها هذه الجماعات.</td></tr>
</table>

تمريـــن (١٧)

في كلمة لزعيم تنظيم الدولة الإسلامية (داعش) الجديد "أبـي حمـزة القرشـي" بتـاريخ (٢٧-١-٢٠٢٠)، حملت اسم "دمر الله عليها وللكافرين أمثالها"، قال: "إنّ **إسرائيل** ستكون علـى رأس أهـداف التنظـيم فـي المرحلـــة المقبلـــة"، وأضـــاف: "يـــا أجنـــاد الخلافـــة فـــي كـــل مكـــان، ونخـــص مـــنهم ســـيناء (ولاية سيناء **و**الشـام المباركـة)، دونكـم مسـتوطنات وأسـواق اليهـود، اجعلوهـا أرضـا لتجربـة أسـلحتكم وصـواريخكم الكيمياويـة وغيرهـا، كما أدعو الفلسطينيين إلى إفشال صفقة القرن".

عادةً ما غاب ما يوصف بتنظيم "الدولة الإسلامية" (داعش) عن ذكر فلسطين في بياناته، وبعد الخسائر البشرية والتكتيكية التي لحقت بالتنظيم في الفترة الأخيرة، وكان من أشدّها، تصفية "أبو بكر البغدادي". إذا علمت أن هذا البيان موجّه للعامة.

١- ماذا تفسر عودة فلسطين إلى الواجهة في بيانات التنظيم؟

٢- كيف تقرأ "التجربة أسلحتكم وصواريخكم الكيمياوية" ؟

٣- كيف تقرأ "أدعو الفلسطينيين إلى إفشال صفقة القرن" ؟

٤- كيف تقرأ "إنّ إسرائيل ستكون على رأس أهداف التنظيم في المرحلة المقبلة"؟

٥- من وجهة نظرك، هل سيتمكن التنظيم من استعادة التأثير على العامة بهذا البيان، وإلى أيّة درجة؟

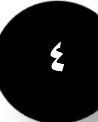
	**روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابية مقابل الروايات الرسميّة**

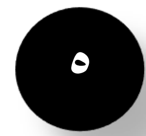
حين تخاطب الجماعات المتطرّفة والإرهابية (عبر منصّاتها الإعلاميّة) الجهات الرسمية (المتمثلة في الدول) فإنها تستخدم خطاباً إعلاميّاً فيه نوع من الهيمنة (إظهار القوة: التنظيمية، والهجومية، والاستخباراتية، والتكتيكية). وينقسم الخطاب إلى قسمين، الأول: يبين المبرّرات لمهاجمة هذه الدولة، والثاني: يشرح تفاصيل العملية الإرهابية. وطبعا لا يجب أن ننسى أنّ هذه الجماعات تعتبر جمهور العامة هدفاً رئيساً للخطاب الإعلاميّ الموجّه للدولة.

الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابية الموجّه للجهات الرسميّة، والذي يبين المبررات لمهاجمة هذه الدولة.	- إظهار حجم الفساد في الدولة. - اتهام الدولة بالعمالة والتبعيّة لقوى الشرّ والاستعمار. - إظهار مدى إهمال الدولة لمواطنيها وتركهم عرضة للفقر والاستبداد.
الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابية الموجّه للجهات الرسميّة، والذي يشرح تفاصيل العملية الإرهابية.	- إظهار السيطرة على الحدث. - تمرير الوقائع التكتيكية للهجوم. - إعلاء حجم خسائر العدوّ. - إعلاء ارتباك العدوّ. - تقليل خسائر الجهة المنفذة.
الأجندة المخفية في الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابية الموجه للجهات الرسميّة.	- محاولة نشر الفوضى في أركان الدولة. - كسر هيبة الدولة في وجدان مواطنيها. - نشر فكرة (القدرة على التمرّد) بين صفوف العامة.
ضرورة أن تمتاز الرواية الرسميّة للدولة بما يلي:	- إظهار القوة والقدرة على الرد. - إظهار التنسيق الأمني بين كلّ أجهزة الدولة. - تقليل الأثر الناتج عن العملية الإرهابية. - إعلاء مفهوم القدرات الأمنية والاستخباراتية للدولة. - بثّ روح الطمأنينة بين صفوف المواطنين. - تفنيد المبرّرات التي استندت إليها هذه الجماعات. - وسم الضحايا بشهداء الوطن. - التأكيد على تسخير الكوادر الطبية لمتابعة المصابين. - تأكيد السيطرة التامة على الحدث ومتابعة منفّذيه.

الدور الإعلاميّ	- تبنّي الرواية الرسمية، حتى وإن كان للدور الإعلاميّ تحفظات من نوع معين، ففي مثل هذه المواقف لا مجال (It’s not the right time) للخلافات في وجهات النظر. - إظهار التماسك والالتحام بين الدولة والمواطنين. - بثّ روح الطمأنينة بين صفوف المواطنين. - تفنيد المبرّرات التي استندت إليها هذه الجماعات من خلال التحليل العميق الذي يكشف زيفها. - في حال وقوع ضحايا، يجب وسمهم (بالشهداء)، وعدم استخدام مفردة (قتلى). - عند وصف المصابين، التأكيد أنهم تحت الرعاية الطبية الحثيثة. - المرور الإعلامي المفصّل لكل البيانات الشاجبة للحدث، الداخلية والخارجية. - عدم نشر صور أو فيديوهات من مكان الحدث قد تُثير الرأي العام.

 ٣	**الرواية الرسميّة مقابل روايات المتخصّصين والخبراء**
الرواية الرسميّة من خلال الخبراء والمتخصّصين تأتي خطوة لاحقة لتحليل مبرّرات الجماعات المتطرّفة والإرهابية وتفنيدها، في المجالات، الدينية، والتربوية، والسياسية، والاقتصادية، والثقافية، والأمنية.	
يمتاز الخطاب الإعلاميّ للرواية الرسميّة من خلال الخبراء والمتخصّصين لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابية، بما يلي:	- زيادة ثقة المواطنين بقدرات الدولة على مواجهة هذه الجماعات. - تحليل الخطاب الإعلامي لهذه الجماعات وكشف مغالطاته العميقة. - زيادة ثقة المواطنين بتماسك الدولة. - زيادة ثقة المواطنين بقدرة الدولة على الردّ.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية الخبراء والمتخصّصين المُوجّه للرواية الرسميّة الداحضة لرواية التطرّف والإرهاب، بما يلي:	- تبنّي الرواية الرسميّة. - تفنيد الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابية وكشف مغالطاته العميقة، بما يساند الرواية الرسميّة للدولة.
الدور الإعلاميّ	- التأكيد على الروايات المتبادلة بين الجهات الرسميّة وروايات المتخصّصين والخبراء. - إضافة مزيد من التحليل عبر الاستعانة بمزيد من الخبراء والمتخصّصين.

	**الرواية الرسميّة مقابل روايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان**
	تقسم المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان في الأردن إلى ثلاثة أقسام: ١- منظمات داخليّة. ٢- منظمات خارجية بتمثيل داخل الأردن. ٣- منظمات خارجية دون تمثيل داخل الأردن. جميع هذه المنظمات تنبذ التطرّف والإرهاب، وبالتالي فإن الرواية الرسميّة من خلال هذه المنظمات تاتي خطوة موازية ثم لاحقة للحدث، للتأكيد على فهم الدولة لأهمية مشاطرة هذه المنظمات الدور التكامليّ في حماية المجتمع بصون حقوق الإنسان داخل الأردن.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ للرواية الرسميّة من خلال المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة بما يلي:	- التأكيد على مفهوم حقوق الإنسان من خلال تطابق الروايتين في نبذ التطرّف والإرهاب. - التأكيد على دعم الدولة لأنشطة هذه المنظمات وتمكينها من ممارسة عملها بحرية في مواجهة الفكر المتطرّف والإرهابيّ. - تبنّي الرواية الرسميّة للخطاب الإعلاميّ لمنظمات حقوق الإنسان المتفاعلة مع الأحداث الإرهابية.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية المنظمات الناشطة لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة بما يلي:	- تبنّي الرواية الرسمية، مع إضفاء وجهات نظر محددة بحقوق الإنسان. - تفنيد الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة وكشف مغالطاته العميقة، بما يساند الرواية الرسميّة للدولة. - تضارب الخطاب الإعلاميّ لفلسفة هذه المنظمات واستراتيجيّتها في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب مع الرواية الرسميّة، على أساس أنّ محور الخلاف يكمن بين المدافعين عن حقوق الإنسان وحرياته الأساسية، وبين الحكومات التي تختار الحل الأمني فقط طريقاً وحيداً للمواجهة. - خطاب إعلاميّ ينطوي على تضارب المنهجيات في مساهمة التشريعات في مكافحة التطرّف والإرهاب، عندما تكون مظلة السلطة التنفيذية محاولة التحلّل من التزاماتها باحترام حقوق الإنسان وحمايتها.
الدور الإعلاميّ	- التأكيد على الروايات المتبادلة في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب بين الجهات الرسميّة وروايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان. - لعب دور الوسيط في محاولة تقريب وجهات النظر في النقاط والقضايا الخلافية. - التأكيد على أهمية دور هذه المنظمات.

	**روايات المتخصّصين والخبراء مقابل روايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان**

على الرغم من أنّ دوافع تغذية نزعة التطرّف المفضية إلى العنف تختلف من بلد إلى آخر، بل وحتى داخل البلد نفسه، يزدهر الإرهاب حيثما وجد الاستياء، والإذلال، والافتقار إلى التعليم. إنّ الإرهاب يزدهر عندما لا يجد المحرومون أمامهم سوى اللامبالاة والعدمية. إنه متجذِّر تجذراً عميقاً في الإحباط واليأس. ولذلك، فإنّ حقوق الإنسان، وجهود المنظمات الناشطة في حمايتها، بما فيها الحقوق الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، هي بلا شك جزء من الحلّ وطريقاً لمحاربة الإرهاب والحدّ منه.

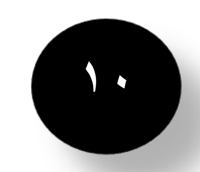
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لروايات المتخصّصين والخبراء بالتفاعل مع روايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابية، بما يلي:	- التأكيد على مفهوم حقوق الإنسان وأهميّة دور هذه المنظمات في تحصين المجتمع. - تطابق الروايتين مع جدليّة التحليل لآليات مواجهة الفكر المتطرّف والإرهابي.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان الموجّه لروايات المتخصّصين والخبراء لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابية، بما يلي:	- اعتماد المختصين والخبراء مرجعية تؤكد توجّه عمل هذه المنظمات في مجال التصدّي لرواية الجماعات المتطرّفة والإرهابية. - تفنيد الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابية وكشف مغالطاته وعقم منطقه، بما يساند رواية المتخصّصين والخبراء. - لجوء المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان للخبراء والمتخصّصين لدعم مشروعاتها داخل المجتمعات.
الدور الإعلاميّ	- التأكيد على الروايات المتبادلة في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب بين روايات المتخصّصين والخبراء وروايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان. - لعب دور الجامع للطرفين في محاولة تقريب وجهات النظر في النقاط والقضايا الخلافية. - التأكيد على أهمية دور هذه المنظمات ودورها في حماية حقوق الإنسان. - التأكيد على أهمية لجوء هذه المنظمات عند تنفيذ مشروعاتها لرأي الخبراء والمتخصّصين في مجال حماية حقوق الإنسان لأفراد المجتمع الأردني.

<table>
<tr><td></td><td>الرواية الإعلاميّة (لوسائل الإعلام والإعلاميّين) مقابل روايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان</td></tr>
<tr><td colspan="2">وسائل الإعلام والإعلاميّون شركاء حقيقيّون للمنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان، ويأتي هذا الدور التكاملي من خلال التفاعل الإيجابي لكلا الخطابين الإعلاميّين. فالمنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان تجد من خلال وسائل الإعلام الأردنيّة، نافذة على المجتمع الأردنيّ لتستكمل رؤيتها في حماية المجتمع والمدنيّين، بينما تجد وسائل الإعلام والإعلاميّون الأردنيّون لدى هذه المنظمات وجهة نظر داعمة لخطابهم الإعلاميّ في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب.</td></tr>
<tr><td>يمتاز الخطاب الإعلامي لروايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان تجاه روايات وسائل الإعلام والإعلاميّين لمواجهة رواية الجماعات المتطرفة والإرهابيّة بما يلي:</td><td>- التأكيد على مفهوم حقوق الإنسان وأهميّة دور هذه المنظمات في تحصين المجتمع.
- تطابق الروايتين مع جدليّة التحليل لآليات مواجهة الفكر المتطرّف والإرهابي.</td></tr>
<tr><td>يمتاز الخطاب الإعلاميّ لروايات وسائل الإعلام والإعلاميّين تجاه المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:</td><td>- اعتبار المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان مرجعيّات موازية لخطابها الإعلاميّ، من خلال التأكيد على تكامل دور وسائل الإعلام والإعلاميّين مع توجّه عمل هذه المنظمات في مجال التصدّي لرواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة.
- تفنيد الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابية وكشف المغالطات فيه وبما يساند رواية المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان.</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td colspan="2">الرواية الإعلاميّة (لوسائل الإعلام والإعلاميّين) مقابل روايات المتخصّصين والخبراء</td></tr>
<tr><td colspan="2">يمتاز الخطاب الإعلاميّ لروايات المتخصّصين والخبراء تجاه روايات وسائل الإعلام والإعلاميّين لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:</td><td>- اعتماد وسائل الإعلام منبراً لمناقشة أفكارهم وآرائهم وإيصالها للعامة والجهات الرسمية.
- استغلال خبراتهم وقدراتهم الفكرية (كل في مجال تخصّصه) لإيضاح وجهات نظرهم في كيفية مكافحة التطرّف والإرهاب.
- الادعاء بالمعرفة العميقة لتوجهات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة وأفكارها.
- الادعاء بمعرفة جوانب القصور التي سبقت الحدث الإرهابيّ.
- الادعاء بمعرفة سبل الوقاية من أجل تحصين المجتمع الأردني تجاه أيّة اختراقات مستقبلية قد تنفذها الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة.</td></tr>
<tr><td colspan="2">يمتاز الخطاب الإعلاميّ لروايات وسائل الإعلام والإعلاميّين تجاه روايات المتخصّصين والخبراء لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة بما يلي:</td><td>- اعتماد المتخصّصين والخبراء شركاء ومرجعيّة لتحليل أبعاد الحدث الإرهابيّ، وكيفية التصدّي لرواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة.
- تفهّم رأي المتخصّصين والخبراء ومساندته في تفنيد الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة وكشف مغالطاته العميقة من خلال خطاب إعلاميّ مشترك.
- الخروج بتوصيات مستقبلية من أجل تحصين المجتمع الأردنيّ تجاه أيّة اختراقات مستقبلية قد تنفذها الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة.</td></tr>
</table>

٨	روايات المتخصّصين والخبراء مقابل روايات العامّة
يثق عامّة الناس في الأردن بآراء المتخصّصين والخبراء، من خلال خبراتهم وتخصّصاتهم وفهمهم العميق لأبعاد ظاهرة التطرّف والإرهاب. وتنجح الوسيلة الإعلاميّة في إيصال رسالتها الإعلاميّة، وينجح الإعلاميّ في إيصال رسالته الإعلاميّة، وكذلك تنجح الدولة في دعم خطابها الإعلاميّ عند الاستعانة بالخبراء والمتخصّصين في مواجهة التطرّف والإرهاب.	
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لروايات المتخصّصين والخبراء بالتفاعل مع روايات العامة لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:	- استخدام اللغة العلمية في وصف الوضع الراهن (الحدث الإرهابيّ)، ووصف المستقبل لتفادي وقوع أحداث مشابهة.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية العامة تجاه روايات المتخصّصين والخبراء لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:	- اعتماد المتخصّصين والخبراء مرجعيّة تؤكد على ضرورة نبذ التطرّف والإرهاب واتباع السلوكيات التي تمكن المجتمع من التصدّي لرواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة. - ثقة في قدرة الخطاب الإعلاميّ للخبراء والمتخصّصين على تحليل وتفنيد الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة وكشف مغالطاته وتشويهه للحقائق. - تبني آراء وأفكار المتخصّصين والخبراء وتداولها في المجالس العامة.
الدور الإعلاميّ	- تحليل الروايات المتبادلة بين المتخصّصين والخبراء وروايات العامة في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب. - الاستعانة بالمتخصّصين والخبراء للحصول على زخم التأييد الشعبي للخطاب الإعلاميّ لوسائل الإعلام والإعلاميّين في مجال مكافحة التطرّف والإرهاب. - رصد تفاعل العامة مع الخطاب الإعلاميّ لوسائل الإعلام والإعلاميّين عند الاستعانة بالخبراء والمتخصّصين في مواجهة الفكر الظلاميّ.

٩	**الرواية الرسميّة مقابل الرواية الإعلاميّة (لوسائل الإعلام والإعلاميّين)**
إنّ لوسائل الإعلام دوراً كبيراً في وقت الأحداث الإرهابيّة وما بعدها على مختلف أنواعها وتعدّد مجالاتها ومستوياتها؛ إذ يستطيع الإعلام أن يعالج الأزمات الناتجة عن التطرّف والإرهاب، ويتناولها بصورة موضوعية تأخذ في الحسبان أبعادها المختلفة، سعيًا للحل بما يؤدي إلى انتهائها وتجاوزها في أسرع وقت ممكن. وبالتزامن، يستطيع الإعلام عبر بعض الممارسات أن يلعب دوراً وقائياً يحصّن به المجتمعات، ويحمي أفرادها من خطورة الانزلاق في جحيم الفكر الظلاميّ.	
يمتاز الخطاب الإعلاميّ للرواية الرسميّة في مقابل روايات وسائل الإعلام والإعلاميّين لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:	- توجيه وسائل الإعلام والإعلاميّين (في اللحظات المرافقة للحدث الإرهابيّ) بتوحيد الخطاب الإعلاميّ فيما يلي: ١- الالتزام بالبيانات والتصريحات الرسميّة. ٢- حثّ وسائل الإعلام والإعلاميّين على نشر الطمأنينة وبثّ روح الأمل بين المواطنين. - توجيه وسائل الإعلام والإعلاميّين (في الفترة اللاحقة للحدث الإرهابي) بتوحيد الخطاب الإعلاميّ، فيما يلي: ١- الالتزام بالرواية الرسميّة عن عدد الشهداء والمصابين والأضرار الناجمة عن الحدث. ٢- حثّ وسائل الإعلام والإعلاميّين على تحليل الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة وكشف مغالطاته. ٣- الالتزام بالرواية الرسميّة عن الجهة المتورطة بهذا الحدث.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية وسائل الإعلام والإعلاميّين تجاه الرواية الرسميّة لمواجهة رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:	- الالتزام بالرواية الرسميّة فيما يتعلق بـ: ١- عدد الشهداء والمصابين والأضرار. ٢- الجهة المنفذة للحدث. - تبنّي الخطاب الإعلاميّ الذي يعمل على تحليل وتفنيد الخطاب الإعلاميّ للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة وكشف مغالطاته وتعريتها. - الاستعانة بآراء المتخصّصين والخبراء وأفكارهم في مجال وضع الخطط المستقبلية لتحصين الشباب الأردنيّ من خطورة الانزلاق نحو تبنّي رواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة.



روايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان مقابل روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة

لطالما وجهّت الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة أصابع الاتهام للمنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان، بصفتها عدواً، واستهدفتها والعاملين فيها بعمليات إرهابيّة. وبالتالي على وسائل الإعلام والإعلاميّين الأردنيّين الوقوف صفاً واحداً مع هذه المنظمات في مواجهة الفكر الظلاميّ.

يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة الموجّه لروايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان، بما يلي:	- الاتهام بالتبعيّة للغرب والقوى الاستعمارية. - التشكيك بمصادر التمويل. - الاتهام بالتبعيّة للحكومات. - التشكيك بجدوى البرامج التي تنفذها هذه المنظمات. - تبنّي خطاب إعلاميّ يحاول فصل هذه المنظمات عن المجتمع.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لروايات المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان بالتفاعل مع روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:	- تفنيد الخطاب الإعلامي للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة من خلال كشف تأثير أنشطة هذه الجماعات على حقوق الإنسان. - رصد الانتهاكات التي ارتكبتها هذه الجماعات في مجال حقوق الإنسان وتوثيقها. - تبنّي خطاب إعلاميّ ينبذ العنف والتطرّف والإرهاب بأشكاله كافة.
الدور الإعلاميّ	- تبنّي الخطاب الإعلاميّ الذي تتبناه المنظمات الناشطة في مجال حقوق الإنسان في مجال نبذ العنف والتطرّف والإرهاب بأشكاله كافة. - تبنّي خطاب إعلاميّ يشيد بجدوى البرامج التي تنفذها هذه المنظمات. - تبنّي خطاب إعلاميّ يحاول دمج هذه المنظمات بالمجتمع. - فتح نافذة إعلاميّة لهذه المنظمات للكشف عن مصادر تمويلها إن أرادت ذلك.

١١	**الرواية الإعلاميّة (لوسائل الإعلام والإعلاميّين) مقابل روايات العامة**
يتحقّق دور وسائل الإعلام في مكافحة ظاهرة الإرهاب والتطرّف في تبصير الرأي العام بأنّ الإرهاب يستهدف ترويع الآمنين وسفك دماء الأبرياء، وتدمير المنشآت الحيوية، وتكوين رأي عام مناهض للغلوّ والتطرّف بصوره المختلفة. وبالمقابل يتاثر الرأي العام بما تبثه وتنشره وسائل الإعلام والإعلاميّون في تعزيز القيم والسلوكيات التي تنبذ العنف والتطرّف والإرهاب.	
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية وسائل الإعلام والإعلاميّين الموجّه لروايات العامة لمواجهة روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة بما يلي:	- تبنّي خطاب إعلاميّ ينبذ العنف والتطرّف والإرهاب بأشكاله كافة. - استخدام اللغة البسيطة في وصف الأمور والابتعاد عن التعقيد والمبالغة. - الابتعاد عن تحشيد العامة ومحاولة بثّ روح الأمل والطمأنينة بينهم عند تغطية الحدث الإرهابيّ. - زرع الثقة في نفوس العامة بقدرات الدولة وأجهزتها الأمنية على مكافحة ومواجهة التطرّف والإرهاب. - الاستعانة بالخبراء والمتخصّصين (وتبسيط محتوى آرائهم) لتفنيد الخطاب الإعلاميّ الموجّه نحو العامة من قبل الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة.

تورد مدوّنة السلوك التي تعتمدها شبكة "سي بي إس" التلفزيونيّة الأميركية، أنّ "حجب المعلومات يمكن أن يُضعف مصداقيّة الإعلام"



روايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة مقابل الرواية الإعلاميّة (لوسائل الإعلام والإعلاميّين)

لطالما حاولت الجماعات الإرهابيّة والمتطرّفة استغلال وسائل الإعلام والإعلاميّين للترويج لأفكارها ومعتقداتها وعدالة قضيتها، وهنا يأتي دور الإعلام الواعي في التصدّي لهذا التوجّه.

يمتاز الخطاب الإعلاميّ لروايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة في مقابل روايات وسائل الإعلام والإعلاميّين بما يلي:	- عدم الصدامية المباشرة مع وسائل الإعلام والإعلاميّين، من خلال إيهامهم بأنهم طرف محايد يجب عليه أن يكون شفافاً في نقل الحقيقة. - تلبية طلب أية وسيلة إعلاميّة بتصريحات أو لقاءات. - التأكيد على عدالة قضاياها. - محاولة تغذية وسائل الإعلام والإعلاميّين ببيانات ومعلومات غير مكشوفة بحلّة سبق صحافيّ.
يمتاز الخطاب الإعلاميّ لرواية وسائل الإعلام والإعلاميّين الموجّه لروايات الجماعات المتطرّفة والإرهابيّة، بما يلي:	- تفنيد الخطاب الإعلامي للجماعات المتطرّفة والإرهابيّة عبر الاستعانة بالخبراء والمتخصّصين. - إغلاق جميع النوافذ الإعلاميّة في وجه هذه الجماعات. - تبنّي خطاب إعلاميّ ينبذ العنف والتطرّف والإرهاب بأشكاله كافة. - الالتحام مع المجتمع والجهات الرسمية في مواجهة الفكر الظلاميّ الذي تتبناه هذه الجماعات.

5 المحور الخامس

مصطلحات خطاب الكراهية ومظاهرها

Hate Speech: Terminology and Manifestations

تمهيد

الحريّة أساس المسؤولية، والصحافة الحرّة هي الجديرة وحدها بتحمّل مسؤولية الكلمة، وعبء توجيه الرأي العام على أسس حقيقيّة،

فحق المواطن في المعرفة هو جوهر العمل الصحافيّ وغايته، وهو ما يستوجب ضمان التدفق الحُرّ للمعلومات، وتمكين الصحافيّين من الحصول عليها من مصادرها، وإسقاط أي قيود تحول دون نشرها والتعليق عليها (Coddington, 2015). والصحافة رسالة حوار ومشاركة، وعلى الصحافيّين واجب المحافظة على أصول الحوار وآدابه، ومراعاة حق المتابع في التعقيب والردّ والتصحيح، وحق عامة المواطنين في حرمة حياتهم الخاصة وكرامتهم الإنسانية، إذ أن للصحافة مسؤولية خاصة تجاه صيانة الآداب العامة وحقوق الإنسان والمرأة، والأسرة، والطفولة، والأقليّات، وحقوق الملكية الفكرية (Curran & Seaton, 2018).

تنص الفقرة (١) من المادة (١٥) من الدستور الأردنيّ على ما يلي: تكفل الدولة حريّة الرأي، ولكل أردنيّ أن يعبّر بحريّة عن رأيه بالقول والكتابة والتصوير وسائر وسائل التعبير بشرط ألاّ يتجاوز حدود القانون.

وتنص الفقرة (٣) من المادة (١٥) من الدستور الأردنيّ على ما يلي: تكفل الدولة حريّة الصحافة والطباعة والنشر ووسائل الإعلام ضمن حدود القانون.

يحظى موضوع خطاب الكراهية، اهتماماً كبيراً من النّاحية القانونيّة عند العلماء والفلاسفة على حدّ سواء. لكنّ هذا الاهتمام، ينحصر في تقديم الحجج وتقييمها بشكل نقديّ لضحد مبرّرات خطاب الكراهية بدلاً من مهمّة تحليل المصطلح ذاته. وقد شهدت المجتمعات العربيّة، انتشاراً واسعاً لهذه الظّاهرة بالتّزامن مع التحوّلات السّياسيّة العربيّة الّتي تشهدها المنطقة من جهة، والتّغييرات الاجتماعيّة-الديموغرافيّة النّاتجة عن حركتي النّزوح والهجرة (جرار، ٢٠١٥).

تنص الفقرة الثانية من المادة (٢٠) من العهد الدوليّ الخاص بالحقوق المدنية والسياسية على ما يلي: تحظر بالقانون أيّة دعوة إلى الكراهية القوميّة، أو العنصرية، أو الدينيّة، وتُشكّل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف.

يرافق هذه التحوّلات انتشار كثيف لوسائل التّواصل الاجتماعيّ، الّتي باتت وسيلةً إعلاميّةً متاحةً للجميع ومحطّةً تستقطب – في بؤرة واحدة – كلّ الاختلافات الإثنيّة، والعرقيّة، والجنسيّة، والدينيّة، والجغرافيّة والاجتماعيّة، والسّياسيّة – والّتي هي اختلافات طبيعيّة – الأمر الّذي يشكّل مجالًا خصباً، لتصاعد خطاب الكراهية (الجبوري، ٢٠١٩).

قد يبدو الوصول إلى تعريف شامل لما يُسمّى خطاب الكراهية (Hate Speech)، أمراً صعباً ومعقّداً نظراً لاشتمال هذه الظّاهرة على مفاهيم متشعّبة متعلّقة بوسائل التّواصل (الوسائل اللّغوية، عناصر الصّوت، لغة الجسد، والعناصر البصريّة)، إضافة إلى اختلاف هذا التّعريف انطلاقاً من المؤسّسة الّتي تحدّده من جهة، والسّياق الّذي يقع ضمنه هذا المصطلح من جهة ثانية.

يصف رئيس مجلس الأعيان، فيصل الفايز، خطاب الكراهية بممارسة (غير مألوفة ولا تنسجم مع عاداتنا وأعرافنا)، بينما يصفه العين حسين المجالي (بالدخيل).

ولعلّ التّعريف اللّساني الأكثر تأصيلاً، هو أنّ خطاب الكراهية ظاهرة تنطوي على تفاعل دقيق بين نيّة التّواصل (Communicational Intention) والاستقبال التّواصليّ (Communicational Reception)، ويقع هذا التّفاعل على المستوى الدّلاليّ، أي بين المعنى المقصود الضّمنيّ (intended Meaning) والمعنى المُدرك أو المفسّر(Understood Meaning) وتأويلاته لدى المتلقّي.

وأضاف المجلس الأوروبي في تعريفه لخطاب الكراهية أنه يمكن نقد الجماعات الدينية والطوائف المختلفة، ولكن دون استخدام ألفاظ أو عبارات تعبر عن السبّ والقذف أو عبارات تخرج عن حدود الآداب العامة وتفسد الذوق العام.

وفي مثل هذا الظروف التي يمر بها الأردن، لا بُدّ من العمل على تماسك الجبهة الداخلية، وترسيخ الوحدة الوطنية. وتوعية وسائل الإعلام والإعلاميّين بضرورة الالتزام بمعايير العمل الإعلاميّ المحترف والمهني، وعدم إثارة المشكلات والفتن الناتجة عن بث خطاب الكراهية في ممارساتهم الإعلاميّة، من خلال المستويات التالية:

المستوى الأول

الكلمات ليست بريئة، بل تحمل معاني عديدة قد يحكمها المنطق، وقد تحرّكها العواطف. وهي بقدر ما يمكن أن تكون مشجعة على التواصل الايجابي بين أفراد المجتمع بقدر ما يمكن أن تكون مصدر دفع باتجاه التنافر بين أفراد المجتمع. وبقدر ما يمكن أن تكون ميسّراً للنقاش والحوار بين الفرقاء، بقدر ما يمكن أن تكون عامل تحريف للمقاصد ومصدراً للخلاف ومبرّراً للعنف والتطرّف.

المستوى الثاني

إنّ الكلمات تسهم بشكل مباشر وغير مباشر في صناعة صورة لنا عن الآخر، بالقدر ذاته الذي تصنع فيه صورة عن ذاتنا للآخر.

المستوى الثالث

استخدام مفردات الكراهية ضد الآخرين هو انتهاك لحريّتهم وإلغاءً لها، وهو هدم مباشر لكل محاولات بناء ثقافة الحريّة والتسامح داخل المجتمع.

المستوى الرابع

إنّ بنية اللّغة المستخدَمة في الإعلام الذي يتبنّى خطاب الكراهية (بشكل كلّي أو جزئي)، بشكل مقصود أو غير مقصود، هي لغة بدائية تسيطر على العقل الحديث، وتعيق تقدّم المجتمعات.

المستوى الخامس

الالتزام بمرجعيّات العمل الإعلاميّ والثقافة الحقوقية، فنشر ثقافة الكراهية عبر وسائل الإعلام تُعدّ من أخطر خروقات مواثيق شرف المهنة الصحافيّة وقواعد العمل الإعلاميّ.

تحليل خطاب الكراهية

صناعة الكراهية أحد أهم الأسلحة المستخدمة في الحروب النفسيّة وأهم أدوات نظام تفكيك البنى والتماسك الاجتماعي. فالحروب العسكرية تستهدف حياة البشر وممتلكاتهم المادية، فيما الحروب النفسية تستهدف السلوك الاجتماعي من خلال التأثير على أفكار الناس وحالتهم المعنوية. وتصنع الكراهية عبر نشر الأكاذيب، وتزوير الحقائق، واختلاق الأحداث، والتلاعب بالعقول، والافتراء على الآخرين، وتزيين الباطل. كلّ ذلك يفضي إلى توفير البيئة التي ترعى الكراهية والمعاداة ليشتد عود الضغائن، ثم تتحوّل الكراهية إلى أفكار وعقائد قبل أن تصبح سلوكاً عدوانيّاً متطرّفاً. فالكراهية التي تتغذى في هذا الوسط الموبوء تُشكّل الحاضنة الملائمة للعنف والإرهاب.

يتحمّل الإعلام غير المهنيّ، مسؤولية كبرى في بثّ خطاب الكراهية على مدار الساعة للمشاهدين والمستمعين والقرّاء. وقد رفع هذا الإعلام من وتيرة عدوانيته، بأن أضحى متخصصاً بالبغض والكراهية وسط غياب شبه تام للإعلام المهنيّ الذي يقوي الروابط الوطنية للمكونات الشعبية، ويواجه الإعلاميّين الثرثارين الذين يهتكون النسيج الاجتماعي عبر التحريض الأعمى على العنف والإقصاء (عبد المجيد، ٢٠١٢).

ويُعدّ دور وسائل الإعلام الأخطر والأهم، بصفته مرجعية لكثير من النّاس الذين يعتمدون في تشكيل فهمهم للعالم ورؤيتهم للأمور على ما يصلهم من معلومات وبيانات ورؤى عبر الخطابات الإعلاميّة. وبذا يكون للإعلام الدور الرئيس في إحداث الانطباعات وبلورة القناعات وتشكيل الوعي المعرفي لدى المتلقيّ. لذلك لا بُدّ أن يكون هدف الرسائل الإعلاميّة بثّ ثقافة التسامح والحوار والتعايش بين جميع مكوّنات المجتمع، ونبذ الكراهية والعنف والتشدّد والعنصريّة والإرهاب.

ومن أجل استيعاب المحتوى الإعلاميّ في مفهوم خطاب الكراهية لا مناص من فهم السياق المنطقي لخطاب الكراهية على النحو التالي (Ben & Matamoros 2016):

> **الوصم هو كل معاني الإنقاص من قيمة الآخر، ووصمه بمفهوم أعابه ولطّخه بسوء، ويمكن التـاكيد على أن الوصم هو إطلاق المُسمّيات والصاق اختلاف غير مرغوب فيه للفرد من جانب الآخرين يحرمه من التقبل الاجتماعى أو تأييد المجتمع له.**

أوّلاً: التعريف الإجرائي لخطاب الكراهية: يمكن اختصار معاني الكراهية في سياق تجلياتها في المنظومة الإعلاميّة، بصفتها كل خطاب مكتوب، أو مسموع، أو مرئيّ يهدف إلى القتل الرمزي للآخر وإقصائه، ويتجلّى ذلك في أبشع مظهر من مظاهرها، وهو الدعوة للقتل والعنف، إلى التجلّيات الأخرى في التحريض، والشتم، والسبّ، والقذف، والإساءة، والإهانة، والوصم، والتمييز.

ثانياً: سياق الخطاب: تقييم فداحة الخطاب وآثاره التدميرية مرتبط بتقييم سياق الأوضاع والمكانة الاجتماعية، والسياسية، والاقتصادية للفئة التي يستهدفها؛ وهو ما يجد صداه بالعنف الذي يمارَس ضد هذه الفئة، إذ يُعدّ مقياساً معيارياً لهذ الفداحة. وخطاب الكراهية التمييزي يتعزّز بتمييز مؤسساتي ضد الفئة إيّاها، التي تعاني أصلاً من بيئة سياسية بأدوات إعلاميّة تجاهر بخطاب إعلاميّ لا وطني.

> **أسوأ أنواع التحريض هو ذلك المبني على قناعات تصل إلى حد الإيمان بالخطأ، والدفاع عنه بشراسة متناهية، في غياب الوعي بأهمية الحوار واحترام الرأي الآخر، والانغماس فيما هو ذاتي يجسده ذلك الطغيان الأرعن.**

ثالثاً: تأثير المتحدّث: ينعكس هذا التأثير صعوداً أو هبوطاً تبعاً لموقف المتحدث وما يتمتع به من نفوذ أو تأثير على جمهوره.

فخطاب المتحدّث الذي ينتمي للنخبة، سواء كانت سياسية، أو اقتصادية، أو حكومية، أوإعلامية يؤثر بأبلغ الصور في المتلقيّ عموماً.

رابعاً: قصد أو نيّة المتحدّث: يجب أن يكون لدى المتحدّث قصدٌ واضح في الانخراط لحشد الكراهية، واستهداف فئة على أساس العرق، أو اللون، أو الدين، وأن يكون مدركاً للعواقب التي يمكن أن يُحدثها خطابه. آخذين بعين الاعتبار اللغة المُستخدمة ومدى تكرار الخطاب.

خامساً: محتوى الخطاب: مدى دعوة الخطاب المباشرة أو غير المباشرة للتميّيز، أو العنف، أو العِداء المجتمعي ضد فئة مستهدفة.

سادساً: نطاق الخطاب وشدّة تردّده: على تقييم الخطاب أن يدرس الوسيلة التي بثّ أو نشر من خلالها الخطاب ومدى شدّته وتردّده. مثلاً، هل بُثّ الخطاب في منشور واحد، أم بُثّ ونُشر في الإعلام السائد؟ وهل بُثّ أو نُشر مرة واحدة أم نُشر مراراً مع الإصرار على تكراره؟

سابعاً: احتمالية وقوع ضرر: مدى ارتباط الخطاب بضرر وقع نتيجة له أو كان على وشك أن يقع.

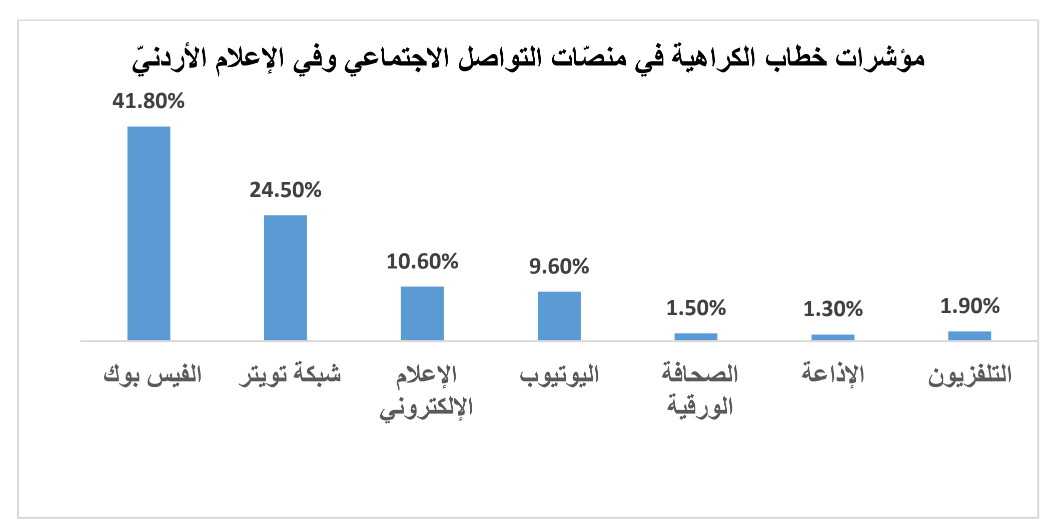
الإعلام وخطاب الكراهية

تترسّخ الأهميّة المتزايدة لوسائل الإعلام والاتصال بصفتها منبراً حيوياً لإطلاق حوار اجتماعيّ وسياسيّ متنوّع، فضلاً عن أنها تُعدّ المنبر الذي تتقاطع فيه وتشتبك إيجابياً جلّ التيارات الفكرية والثقافية، وطيف واسع من المعبّرين عن التحولات الاجتماعية على تنوّعها. ولأنها على هذا القدر من النفوذ، فإنّ من مسؤوليات وسائل الإعلام، أن تعمل على إسناد الخطاب المتّزن الذي يستند إلى قيم المواطنة وحقوق الإنسان، والتصدّي للخطاب العنفي التحريضي الذي يشكل خطراً على السّلم الأهلي. فمسؤوليّة وسائل الإعلام فارقة في توجيه أو إخماد خطاب الكراهية من خلال ترسيخ قيم التسامح والتلاحم وتعزيزها وإشاعة ثقافة المحبّة في المجتمع. وهذه الرزمة من الأهداف النبيلة، تتأتى بالتزام المهنة الصحافيّة والقائمين عليها، بميثاق الشرف الصحافيّ في نبذ الخطاب الباعث للبغضاء والإقصاء والكراهية، والمُحرّض على الفتن والقلاقل، ما يستدعي، حظر نشر الأخبار والحوادث أو المواد الاعلاميّة التحريضية أو تلك التي تفوح منها رائحة التحريض، فضلاً عن العمل على دحر الفكر الإقصائي بإرساء دعائم الأمن والسلم الاجتماعيّين.

تَشعّب خطاب الكراهية في عددٍ من وسائل الإعلام العربية، وأصبح مهدّداً للسلم المجتمعي في غير بلد عربيّ، إذ صار أداة للتحريض في غياب الضوابط القانونيّة والإعلاميّة، الأمر الذي يطرح أكثر من علامة استفهام حول الوظائف التقليدية للإعلام من إخبار، وتوعية، وتثقيف، وتعليم، وترفيه. وباتت السياسة في عدد من البلدان العربية في خضم الأحداث الجارية وما يصاحبها من خطاب سياسيّ واجتماعيّ مُحرّض، حقلاً لتصفية الخصوم أو إبعادهم، وهو ما تشهده بلدان الانتقال السياسيّ في الوطن العربي. ويبقى محتوى خطاب الكراهية الذي يُنتجه الجمهور على شبكات الإعلام الاجتماعي، الأثر السلبي في العملية التواصليّة برمتها، خصوصاً هذا الخطاب المصحوب بالصورة والفيديو، إضافةً إلى التعليقات الجارحة، وانعدام الوعي بسبب اضمحلال تأثير منظومة القيم التاريخيّة.

الإعلام الأردنيّ وخطاب الكراهية

كشف تقرير حالة الحريّات الإعلاميّة في الأردن الذي أصدره مركز حماية وحريّة الصحفيّين عن معطيات خطيرة فيما يتعلق بمؤشرات خطاب الكراهية في منصّات التواصل الإجتماعي وفي الإعلام الأردنيّ. وأظهرت نتائج الإستطلاع أن (٤١,٨٪) من المشاركين في الاستبانة، يعتقدون أنّ "فيسبوك" من أكثر وسائل التواصل الاجتماعي انتاجاً ونشراً لخطاب الكراهية، ثم "تويتر" (٢٤,٥٪)، والإعلام الإلكتروني (١٠,٦٪)، و"يوتيوب" (٩,٦٪)، و"سناب شات" خامساً (٧,١٪)، بينما ظلّت وسائل الإعلام التقليدية بعيدة عن اتهامها بإشاعة خطاب الكراهية، إذ حصلت الصحافة الورقيّة المكتوبة على نسبة (١,٥٪) والإذاعة (١,٣٪)، والتلفزيون (١,٩٪). ويُمثّل الشكل التالي توزيع هذه النسب.



ومن المهم التوقف عند نتائج عينة الإعلاميّين المستجيبين وعددهم (٢٥٥ إعلاميّاً واعلاميةً) الذين يعتقدون أنّ وسائل الإعلام أسهمت في زيادة خطاب الكراهية، إذ أشارت النتائج بموجب معطيات الاستطلاع أنّ (٨٥,٩٪) يعتقدون أنّ وسائل الإعلام الأردنيّ ساهمت في إذكاء خطاب العنف وإقصاء الآخر.

وكان من أهم توصيات التقرير أن يصار إلى إعداد دليل للسمات، والكلمات ذات الدلالات التحريضيّة على خطاب الكراهية والعنف، وكذا الانخراط في ورشات عمل تدريبية للإعلاميّين، لتجنيبهم الوقوع في مصيدة خطاب الكراهية والتحريض، خصوصاً إذا كان الفارق بينهما وبين حريّة الرأي والتعبير، ملتبساً أو ليس واضحاً.

"ابن مخيّمات"

➢ السياق:

يكثر استخدام تعبير "ابن مخيّمات"، بشكل عام، عند الحديث عن المكوّن الفلسطينيّ الذي يقطن في مخيّمات اللجوء في الأردن، والتي تحمل أبعاداً سياسيّة وقانونيّة مرتبطة بمأساة اللاجئين الفلسطينيّين، وتمسّكهم بحق العودة إلى المدن التي تمّ تهجيرهم منها في فلسطين.

والمخيّم هو "مكان مؤقت" يستضيف اللاجئين الفلسطينيّين بشكل مؤقت ولفترة تنتهي بانتهاء وزوال الاحتلال.

تجدر الإشارة هنا إلى أهميّة (قاموس الكراهية) الذي أعدّه معهد الإعلام الأردنيّ JMI بالتشارك مع شبكة الصحافة الأخلاقية EJN.

➢ مثال:

"وحداتي ابن مخيّمات".

"أبناء المخيّمات: الأردن القويّ دعم للقضيّة الفلسطينيّة"، هذا استخدام إيجابي ولا يدل على كراهية.

➢ المحاذير:

يُعدّ تعبير "ابن مخيّمات" في حال استخدامه خارج السياق، وفي معرض الإساءة وتوجيه الإهانة، مجالاً خصباً لنشر "خطاب الكراهية" وبث الأحقاد في النفوس، كونها تمسّ كرامة مكوّن رئيس من مكوّنات المجتمع الأردني، وهم اللاجئين الفلسطينيّين، وقد تُحدث جروحاً من الصعب أن تندمل، كما أنّ مثل هذه التعبيرات تُسيء إلى الوحدة الوطنيّة، بل وتضربها في الصميم.

➢ المقترح أو البديل:

ينبغي على الخطاب الإعلامي في الأردن تجنّب، بل ومحاربة كافة التعبيرات التي تدل من خلال السياق على التمييز، لا يوجد مقترح بديل لخطورتها على الوحدة الوطنيّة وعلى الأمن القومي الأردني. نقترح استخدام تعبير "اللاجئون/اللاجئين".

"أطفال الشوارع"

➢ السياق:

يُستخدَم تعبير "أطفال الشوارع" في وصف الأطفال الفقراء الذين ينتشرون في شوارع العاصمة عمّان وغيرها من المدن الأردنيّة، والذين يقفون، تحديداً، بملابسهم البالية، عند الإشارات الضوئيّة، بائعين أو متسوّلين.

➢ مثال:

"انتشار أطفال الشوارع على الإشارات الضوئيّة يشكّل خطراً على سلامتهم.."

"زيادة ملحوظة في عدد أطفال الشوارع في مدينة إربد...".

➢ المحاذير:

يساهم استخدام تعبير "أطفال الشوارع" أو "ابن شوارع"، في وسائل الإعلام بشكل عام، في ربط الأطفال بالشوارع، على ما يحمله من معنى ضمنيّ بافتقاد هؤلاء الأطفال إلى التربية السليمة، فضلاً عن الإهانة التي يحملها تعبير مثل "ابن شوارع" في حق من يُطلق عليه مثل هذه التعبيرات المسيئة بحقّ "الطفولة" وطعنها في براءتها، والمسّ بنقائها.

➢ المقترح أو البديل:

ينبغي على الصحافيّين ووسائل الإعلام عدم استخدام أيّ تعبير يمسّ الطفولة بسوء، من خلال وصمها بما ليس فيها، أو تنميطها بشكل سلبيّ، من خلال تعميم مفهوم كمفهوم "أطفال الشوارع" على الفقراء منهم. وهناك العديد من التعبيرات "الإنسانيّة" التي يُمكن استخدامها بديلاً عن "أطفال الشوارع"، مثل: "عمالة الأطفال" و "الأطفال المتسوّلون".

"الإعلامي هَزّيز الذنب"

➢ السياق:

يُستخدَم تعبير "الإعلامي هَزّيز الذنب" في وصف عدد من الصحافيّين الذين، يُعتَقَد، أنّهم يوظّفون أقلامهم لتحقيق مكاسب فرديّة ومصالح خاصّة، حتى لو تطلّب الأمر منهم النفاق للمسؤولين ومجاملة أصحاب المناصب الرفيعة على حساب شرف المهنة الصحافيّة وبعيداً عن الأخلاقيات الإعلاميّة.

➢ مثال:

"الإعلامي هزّيز الذنب يدافع عن الفاسدين على حساب المصلحة الوطنيّة...".

"هزّ الذنب من قبل عدد من الإعلاميّين هو اعتداء على أخلاقيّات المهنة ومواثيق الشرف الصحافيّ".

➢ المحاذير:

يساهم استخدام تعبير "الإعلامي هَزّيز الذنب" في الإساءة إلى مهنة الصحافة ورسالتها النبيلة، كما يؤدّي إلى رسم صورة قاتمة حول الصحافي من خلال اتهامه بعمليّة هزّ الذنب، بما في هذا الوصف من ذمّ وتحقير. ومن شأن إطلاق مثل هذه الأوصاف المسيئة على الإعلاميّين تأجيج "خطاب الكراهية" وتحريض النّاس على الإعلاميّين والتشكيك بنزاهتهم وأخلاقهم.

➢ المقترح أو البديل:

الصحافيّون، كغيرهم من فئات المجتمع، فيهم الجيّد ومنهم الرديء، ومن الخطأ إطلاق وصف "الإعلامي هزّيز الذنب" عليهم و "تنميط" العاملين في حقل الإعلام ووصمهم بهذا المفهوم الذي يُلطّخ سمعتهم ويُسيء إليهم. ومن الأفضل الابتعاد عن كلّ وصف يُسهم في تشويه صورة الإعلاميّين، وتمكن من استخدام تعبيرات دالة إذا كانت هناك ضرورة مثل "الإعلاميون/الإعلاميين اللذين لا يحترمون أخلاقيات المهنة".

"جرذان"

(إذا استخدمت ضمن سياق الكلام في غير موضعها)

➢ **السياق:**

طبيعة خطاب الكراهية الكامنة في كلمة "جرذان" هي استخدام القبيح من الكلام، بهدف الانتقاص من قيمة الآخر، ووصمه بمفهوم غاية في البشاعة. فـ"الجرذان" أو "الفئران" هي أجناس من القوارض المثيرة للتقزّز.

➢ **مثال:**

"هؤلاء جرذان يقتاتون على القاذورات ومكانهم الطبيعي هو المجاري..."

➢ **المحاذير:**

تكمن الخطورة في إطلاق تسمية "جرذان"، على من يخالفكَ الرأي، أو الفكر، أو المبدأ، في احتوائها على معنى صارخ من معاني الإساءة والإهانة والتحقير وهو ما يتعارض، بالمطلق، مع كرامة الإنسان، ويمسّ إنسانيّته في الصميم.

➢ **المقترح أو البديل:**

اللغة الراقية تعكس الفكر الراقي الذي يحمله صاحبه، والإعلامي الحقيقي هو الذي لا يحوّل رسائله الإعلاميّة إلى ميدان للسبّ، والشّتم، وإطلاق الأوصاف الحيوانيّة على البشر، أيّاً كانت درجة اختلافه معهم.

"الحرس القديم"

(إذا استخدمت ضمن سياق الكلام في غير موضعها)

➢ السياق:

يُعدّ تعبير "الحرس القديم" واحداً من أكثر التعبيرات المُستخدَمة وأوسعها انتشاراً، والذي يكثر في الجدل والنقاش الذي يتناول المشهد السياسيّ في الأردن، وبشكل خاصّ، حين يقسّم النُخب السياسيّة في الأردن إلى فئات من بينها "الحرس القديم".

➢ مثال:

"حراك الرابع في الأردن في مواجهة الحرس القديم".

"الأردن: الفراق وشيك بين الرزاز و" فلتر" الحرس القديم ووثيقة للإصلاح السياسي تثير اللغط بين الوزراء".

"المصري: لست من الحرس القديم، وفي الأردن طبقة من المُتملّقين".

➢ المحاذير:

استخدام تعبير "الحرس القديم" وبكثرة في الخطاب الإعلامي في الأردن، من شأنه تعميق الفُرقة والخلاف بين النخب السياسيّة، وعدم التعاطي مع أفكارها وبرامجها، بما تستحقه من متابعة ونقد، بل العمل على "تنميطها" إلى "قديم" .. و "ليبرالي" و "حداثي".. وما إلى ذلك من تصنيفات لا تستند إلى إطار فكريّ ومرجعيّة سياسيّة.

➢ المقترح أو البديل:

يُمكن للرسائل الإعلاميّة استخدام تعبير "طبقة الخبرة والحكمة من النخب السياسيّة" أو "جيل الساسة المُخضرمين"، أو "الروّاد الذين أسهموا في بناء الدولة الأردنيّة الحديثة" عند الحديث عن مجموعة من الشخصيّات التي تصدّرت المشهد السياسي الأردني خلال نصف قرنٍ مضى.

"خادمة"

➢ **السياق:**

يأتي استخدام كلمة "خادمة" في سياق الحديث عن العمالة المنزليّة، ومع الارتفاع الملحوظ في عدد السيّدات، ومن مختلف الجنسيّات، اللاتي يعملن في البيوت والمنازل، إمّا بأجر مقطوع، أو بوظيفة ثابتة وضمن عقود بين العاملات وأرباب الأسر ووزارة العمل.

➢ **مثال:**

"...أفضل مكاتب استقدام الخادمات في الأردن.. ويتميز بسرعة الاستقدام".

"تحذير من استقدام الخادمات من أثيوبيا...".

➢ **المحاذير:**

"الوصم" هو أبرز المحاذير من استخدام مصطلح "خادمة" و "خادمات" في الرسائل الإعلاميّة، حيث أنّ مُفردة "الخادمة" ترتبط في الأذهان بمفهوم "الأسياد والعبيد"، وهو ما يُكرّس القيم التمييزيّة في المجتمع.

➢ **المقترح أو البديل:**

يُقتَرَح استخدام تعبير "عاملة المنزل".

"ذوو الإعاقة"

(إذا استخدمت ضمن سياق الكلام في غير موضعها)

➢ السياق:

يأتي استخدام مصطلح "ذوو الإعاقة" في سياق الوصف المُسيء للآخرين، وفي حين يُعدّ هذا المصطلح هو الاسم المتعارف عليه عالميّاً، والمعتمد من الأمم المتحدة، لوصف الأشخاص الذين يعانون من واحدة من الإعاقات الجسديّة أو الذهنيّة، فإنّ استخدامه كشتيمة بهدف التحقير والمساس بكرامة الإنسان، هو الذي يجعل منه مُفردة من مفردات قاموس الكراهية.

➢ مثال:

"ذوو الإعاقة من منتسبي أحزاب اليسار يواصلون غباءهم...".

"ذوو الإعاقة يشاركون بحماقاتهم في الشأن السياسيّ العام...".

➢ المحاذير:

إنّ استخدام مصطلح "ذوو الإعاقة" بوصفه شتيمة، وسبّة، ووسيلة ذمّ بالآخرين يضع فئة كبيرة من فئات المجتمع الذين يعانون من واحدة من الإعاقات الجسديّة أو الذهنيّة في دائرة الانتقاص من قيمتهم والمساس بكرامتهم الإنسانيّة، فالإعاقة ليست عاراً، بل هي ابتلاء من الله سبحانه وتعالى، وجميعنا مُعرّضون للابتلاء بها، بشكلٍ أو بآخر.

➢ المقترح أو البديل:

في محاولة الحدّ من انتشار "خطاب الكراهية" ينبغي الابتعاد كلّ البعد عن التنميط، والوصم، واللجوء إلى أساليب الشتم والسبّ، من خلال استخدام مصطلح "ذوو الإعاقة" وغيره من المصطلحات، كوسيلة شتم وتحقير.

"زبّال"

➢ **السياق:**

من النادر رصد استخدام كلمة "زبّال"، كلفظ مُسيء، في المواد الصحافيّة الرصينة، أو في مقالات الرأي، في حين يمكن رصد هذا الاستخدام، وبوضوح، في مواقع التواصل الاجتماعي، وتحديداً في تعليقات المستخدمين على قضايا ساخنة، وفي معرض تبادل الشتائم والإهانات.

➢ **مثال:**

"يدعو الزبّالون وحمير الوطن والحراك إلى...".

➢ **المحاذير:**

"الزبّال" في اللغة، هو الشخص الذي يجمع القمامة، واللفظ بحدّ ذاته لا يشكّل إهانة ولا يحمل إساءة أو تحقيراً، فهذه مهنة شريفة، وصاحبها يقوم بدور غاية في الأهميّة، ولولاه لامتلأت شوارعنا بالنفايات، ولكرهنا العيش في المدن. غير أنّ محاذير هذا الاستخدام تكمن في "ليّ" عنق المُفرَدة، واستخدامها وسيلة شتم وسباب وتحقير للآخرين.

➢ **المقترح أو البديل:**

من الممارسات الإيجابيّة في الأردن إطلاق مصطلح "عامل وطن" على موظفي أمانة عمّان المسؤولين عن نظافة المدن والقرى والشوارع.

"السحّيجة" أو "السحّيج"

➢ السياق:

يأتي استخدام مصطلح "السحّيجة" أو "السحّيج" في معرض وصف الشخص الموالي للنظام أو الحزب أو الجماعة والمُدافع عن توجّهاتهم وأفعالهم. ويأتي هذا الاستخدام في معرض القدح، والذم، وتشويه الصورة، ووصم الأشخاص الموالين بمصطلحات تنتقص منهم وتُسيء إليهم.

➢ مثال:

"لذلك يجب أن يعلم البلطجي، أو السحّيج، أو الموالي، ومن سار على دربهم، أنّهم مكشوفون للجميع...".

"هل بعض السحّيجة مُشركون؟".

➢ المحاذير:

تكمن الخطورة في استخدام مصطلح "السحّيجة" أو "السحّيج"، والذي يعني الأشخاص البارعين في التصفيق، في النيل من الآخر من خلال التحريض عليه ووصمه بمثل هذه المصطلحات المُسيئة. ومن محاذير مثل هذا الاستخدام تأليب أبناء المجتمع الواحد على بعضهم البعض، وهو ما قد يؤثر سلباً على الوحدة الوطنيّة.

➢ المقترح أو البديل:

طالما كان تعبير "السحّيجة" أو "السحّيج" يؤدي إلى انتشار خطاب الكراهية، وإحداث الفرقة في المجتمع وتعميقها، فإنّ من الأفضل عدم استخدام مثل هذه التعبيرات وتعميمها أو نشرها.

"الصحف البايرة"

➢ السياق:

يُعدّ تعبير "الصحف البايرة" واحداً من التعبيرات المُسيئة التي يُطلقها البعض على صحافة الأحزاب، أو صحافة الموالاة للحكومات الرسميّة، أو الصحف المنافسة، بهدف التقليل من قيمتها، وتشبيهها بـ "البايرة" وهي اللفظة العامّية التي تُطلق على الفتاة التي هرمت ولم تنل حظها من الزواج. كما انتشر هذا التعبير، أيضاً، بعد انتشار ظاهرة الإعلام الإلكترونيّ، واضمحلال تأثير الصحافة الورقيّة، وعزوف القرّاء عن شرائها، وحتّى قراءتها.

➢ مثال:

"صحف الحكومة بايرة وفقدت مصداقيّتها..".

"الصحف البايرة لا تستطيع منافسة الإعلام الحديث أو الوقوف في وجه المواقع الإلكترونيّة".

➢ المحاذير:

تعبير "الصحف البايرة"، في الرسائل الإعلاميّة، يُسهم في تشويه الصحافة الورقيّة، كما يُمعن في الإساءة إلى المرأة التي فاتها الزواج، وتقدّم بها العمر، وأصبحت توصم بـ "البايرة" من الجهلة وقليلي الحظ من التعليم والثقافة.

➢ المقترح أو البديل:

استخدام تعبيرات دالة وفق السياق مثل "صحافة الموالاة السياسية" أو في سياق آخر "الصحافة المنافسة".

"الظلاميّون"

➢ السياق:

يأتي استخدام مصطلح "الظلّاميّون" في سياق الهجوم على أصحاب الفكر المُختلف، فمن يعتقدون أنّهم "تنويريّون" يهاجمون الآخرين ويصفونهم بـ "الظّلاميّين"، والعكس صحيح.

➢ مثال:

"لست متناقضاً في اقوالي كما يدّعي الظلاميّون وأعداء الأردن...".

".. نقول لهم ولكلّ الظلاميين إذا اقتربتم من الأردن ستكون نهايتكم" ...

➢ المحاذير:

يُستخَدم مصطلح "الظّلاميون"، في الرسائل الإعلاميّة، وفي مقالات الرأي، بكثرة، ويُلاحظ استخدامه في تعليقات مُستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي من دون إدراك لمعنى المصطلح، وأبعاده، والسياق الذي يُقال فيه. والخطورة في استخدامه هي الوقوع في فخّ "التنميط" و"الوصم" الذي يُسهم في تأجيج خطاب الكراهية.

➢ المقترح أو البديل:

من المسؤوليّات الأخلاقيّة التي تقع على الإعلاميّين وعلى وسائل الإعلام عدم المساهمة في نشر المصطلحات التي تُسهم في نشر خطاب الكراهية وتأجيج الحقد والكراهية بين أفراد المجتمع الواحد.

"عانس"

⮚ السياق:

مصطلح "عانس" و "عنوسة" تندرج تحت قائمة التعبيرات المُسيئة، والمُهينة، والقاسية بحق المرأة حين يتمّ وصفها بـ "العانس". ويأتي استخدام هذا المصطلح عند الحديث عن المرأة التي لم تنل فرصة الزواج، ولم تتمكّن من الارتباط مع شريك الحياة وتكوين أسرة. ويكثر استخدام مصطلح "عانس" عند تناول قضايا المرأة بالنقاش والجدل الإعلامي، لا سيّما عند مناقشة موضوع تأخّر سنّ الزواج بالنسبة للفتاة الأردنيّة.

⮚ مثال:

".. عانس.. ما أصعبها من كلمة.. وما أقساها.. هل تعرفون ما معنى هذه الكلمة.. لا أستطيع قولها فهي تحبطني...".

"نسبة العنوسة في الأردن تصل إلى ٤٢٪..".

⮚ محاذير:

في معجم اللغة العربية يُطلق مصطلح "عانس" على الفتاة إذا طالت عزوبتها، وطال مكثها في منزل أهلها بعد إدراكها سنّ الزواج دون أن تتزوج. كما تعني "عانس"، أيضاً، غصن الشجرة اليابس الذي ينكسر بسرعة. إنّ من شأن الاستخدام المتكّرر لمصطلح "عانس" وصم المرأة بما يعيبها، ويلطّخها بسوء. وفي هذا الوصم انتقاص من قيمة المرأة، في حال تمّ ربط قيمتها بمعيار الزواج من عدمه.

⮚ المقترح أو البديل:

ينبغي عدم استخدام "عانس" عند الحديث عن المرأة، وحذف هذا المصطلح بشكل نهائيّ من القاموس الإعلاميّ الذي يتناول قضايا المرأة بالمعالجة والتحليل.

"عمّان الشرقيّة وعمّان الغربيّة"

(إذا استخدمت ضمن سياق الكلام في غير موضعها)

➢ السياق:

يأتي الاستخدام الخاطئ لهذا التعبير في سياق الحديث عن المواطن الأردني وتصنيفه استناداً إلى مكان إقامته، وبالتالي فقد تمّ "تنميط" المواطن الأردني من خلال تعميم تعبير "عمّان الغربيّة" على الأثرياء، و "عمّان الشرقيّة" على الفقراء. وتنتشر مثل هذه التعبيرات في مقالات الرأي، وعلى صفحات الفيسبوك وفي الإنترنت.

➢ مثال:

"ويقطن المجرم في عمان الشرقية...".

"ارتفاع ملحوظ في عدد المتسوّلين في عمان الشرقيّة خلال شهر رمضان...".

➢ المحاذير:

تحميل التقسيم الجغرافيّ "عمّان الغربيّة وعمّان الشرقيّة" أكثر ممّا يحتمل مع معانيها الأصليّة بوصفها دلالات جغرافيّة ومكانيّة يؤدّي إلى ترسيخ التقسيم الطبقيّ وإحداث شرخ بين أفراد مكوّنات المجتمع الأردنيّ، وبالتالي انتشار خطاب الكراهية وتأجيج العداوة والبغضاء بين أفراد المجتمع الواحد.

➢ المقترح أو البديل:

ينبغي الحذر في استخدام تعبير "عمّان الغربيّة" كي لا يشير إلى الأغنياء واصحاب النفوذ لدور هذا التعبير في ترسيخ مفاهيم مثل: "البرجوازية" و "الأرستقراطيّة"، وفي المقابل، لا ينبغي، وبأيّ شكل من الأشكال، استخدام التقسيم الجغرافيّ "عمّان الشرقيّة" بصورة قد تسيء للقاطنين فيها، لا سيّما وأنّهم يشكّلون النسبة الأكبر من سكّان العاصمة عمّان.

"فلبينيّة"

➢ السياق:

يأتي استخدام كلمة "فلبّينيّة" في سياق الحديث عن العمالة المنزليّة القادمة من دولة الفلّبين، وارتبط هذا المصطلح في الأذهان بلفظ "الخادمة".

➢ مثال:

"مقتل خادمة فلبّينيّة في العاصمة عمّان".

"الخادمات الفلبينيّات هنّ الأعلى أجراً في الأردن..".

➢ المحاذير:

لا يوجد أيّة مشكلة في استخدام ألفاظ مثل: فلبينيّة.. نيباليّة.. أوغنديّة.. سيلانيّة.. أندونيسيّة.. عند الحديث عن جنسيّة المقصودة بالمصطلح. المشكلة في ربط الجنسيّة بمهن محدّدة بحيث يتمّ "تنميط" أصحابها بصورة مهينة.

➢ المقترح أو البديل:

وفي حال لاحظ الإعلامي أو المحرّر الصحافيّ أنّ استخدام "الجنسيّة" يأتي في سياق الإهانة أو التجريح فعليه ممارسة دوره الأخلاقي في عدم تمرير مثل تلك المصطلحات المسيئة.

"لفوفه"

➢ السياق:

يأتي استخدام مصطلح "لفوفه" والتي تعني "دخيل" في سياق الحديث عن اللاجئين الذين قدموا إلى الأردن منذ عشرينيّات القرن الماضي، ومع مرور الزمن، اندمج هؤلاء اللاجئون في المجتمع الأردني، واكتسبوا الجنسية الأردنيّة.

➢ مثال:

"نحن في الأردن لا نزال نسمي الحمولة التي انتمت إلى العشيرة قبل ٥٠٠ عام بـ لفوفة أو تبوعة، وألقابا مشابهة لا أذكرها الآن..".

➢ المحاذير:

استخدام مصطلح "لفوفه"، في الرسائل الإعلاميّة، يقع تحت باب "الوصم" الذي يهدف إلى الانتقاص من قيمة الآخر، وتلطيخ سمعته، وهي بالمناسبة ألقاب تحقيريّة، تُكرّس التمييز، وتضع الشخص الذي "دخل" على عشيرة ما وانتمى إليها في دائرة الاتهام.

➢ المقترح أو البديل:

إذا كان خطاب الكراهية ينتشر ويتعمّق في المجتمع من خلال الاستخدام المُتكرّر لمصطلحات مسيئة تهدف إلى تحقير الآخرين ووصمهم مثل "لفوفه" وغيرها.. فالأجدر بالإعلام مقاومة مثل تلك التعبيرات المسيئة التي تُكرّس خطاب الكراهية وما يتبعه من ترسيخ للقيم التمييزيّة التي تتعارض مع حقوق المواطنة التي كفلها الدستور الأردني.

"مُتأسلِم"

➢ السياق:

يُعدّ مصطلح "مُتأسلِم" واحداً من المصطلحات المُستَخدَمة في مقالات الرأي، كما ينتشر على منصّات التواصل الاجتماعيّ المختلفة، ويأتي في سياق التشكيك بإسلاميّة المقصود بالمصطلح، ومحاولة إخراجه من الإسلام بطريقة فجّة، وعدوانيّة، وتدلّ على جهل صاحبها بالإسلام وتعاليمه.

➢ مثال:

"عن أيّ إسلام تتحدثون ايها الاخوان المتأسلمون؟".

"... هل هم مسلمون أم متأسلمون؟".

➢ المحاذير:

تكمن الخطورة في استخدام مصطلح "المُتأسلِم"، في الرسائل الإعلاميّة، في أنّ من يطلقها لا يعلم أنّه قد كفّر الشخص الذي القى عليه الكلمة، لأنه عندما يقول له: "متأسلم" فهذا يعني أنه غير مسلم ويدّعى الإسلام. وفي هذا الاستخدام ممارسة "للتكفير" الذي لا يستطيع العامّة من الناس الخوض فيه وفي شروطه وأحكامه الشرعيّة التي تُقيّده تقييداً شديداً لحساسيّته وخطورته في آن.

➢ المقترح أو البديل:

بهدف الحدّ من انتشار خطاب الكراهية وتعميمه، من خلال استخدام تعبيرات مثل "مُتأسلِم" ينبغي استخدام مصطلح "مُسلم" لأنه هو البديل الأمثل والأصحّ، كونه لا يدعو إلى الكراهية ولا يحثّ على الانتقام، ولا يحمل أيّ معنى من معاني الكراهية.

"شخص مُقعَد"

➢ السياق:

كما هو الحال مع مصطلح "ذوو الإعاقة" يأتي مصطلح "شخص مُقعَد" في سياق الوصف المُسيء للآخرين، كشتيمة وتحقير لهم وبهدف التقليل من شأنهم. ومن الشائع أن تُطلق صفة "مُقعَد فكريّاً" على الشخص الذي يخالفنا الرأي، أو المعتقد، أو التوجّه.

➢ مثال:

"مُقعَد فكريّاً ويدّعي المعرفة والثقافة...".

"هؤلاء المُقعَدون سياسيّاً يشكّلون عبئاً على المجتمع الأردنيّ".

➢ المحاذير:

كما يُستخدم مصطلح "ذوو الإعاقة" بوصفه شتيمة، وسبّة ووسيلة ذمّ بالآخرين فكذلك الحال بالنسبة إلى كلمة "مُقعَد". الإعاقة، أيّاً كانت درجتها ونوعيّتها، ليست عاراً، بل هي ابتلاء من الله سبحانه وتعالى، واستخدام الكلمة كوسيلة شتم وذمّ يسيء للمُقعَدين، ويصمهم بالعجز، والضعف، وقلة الحيلة.

➢ المقترح أو البديل:

يجب العمل على الحدّ من انتشار خطاب الكراهية والابتعاد كلّ البعد عن التنميط، والوصم، وكافة أساليب الشتم، والسبّ، من خلال استخدام كلمات مسيئة مثل "مُقعَد" وغيرها من المصطلحات، بهدف الإساءة إلى الآخرين والانتقاص من قيمتهم.

"النائبات"

➢ **السياق:**

يأتي استخدام تعبير "النائبات" ومفردها "نائبة" في سياق الحديث عن التمثيل النسائي في مجلس النوّاب الأردنيّ.

➢ **مثال:**

"مجلس النوّاب الأردني لا يحتاج إلى نائبات ففيه من المصائب ما يكفيه...".

➢ **المحاذير:**

"النائبة" تعني في اللغة العربيّة المصيبة، ومن شأن هذا التوظيف لمفردة "نائبة" الإساءة إلى المرأة بشكل عام، وإلى ممثلات الوطن في مجلس النوّاب، اللاتي وصلن تحت القبّة عبر صناديق الاقتراع. كما يُعدّ هذا الاستخدام لمصطلح "نائبة" كغطاء لغويّ للمعنى الأصلي للكلمة "مصيبة" شكلاً من أشكال التمييز ضدّ المرأة، وبالتالي تكريساً لخطاب الكراهية.

➢ **المقترح أو البديل:**

يقترح البعض استخدام مصطلح "نائب" عند الحديث عن الرجل أو المرأة، لتجنيب المرأة مصطلح "نائبة" بما تحمله من معنى المصيبة، أو استخدام عضوة أو عضوات مجلس النواب.

"الناخبون المُسنّون"

➢ السياق:

يأتي تعبير "الناخبون المُسنّون" في سياق الحديث عن المُتقدّمين في العمر أو الطاعنين في السنّ، الذين يتوجّهون لصناديق الانتخاب، لممارسة حقوقهم التي كفلها لهم الدستور. ويكثر استخدام هذا التعبير في الحملات التي تسبق موعد الاستحقاق الانتخابي لمجلس النوّاب الأردنيّ.

➢ مثال:

"الناخبون المُسنّون يؤثرون سلباً على نتائج الانتخابات البرلمانيّة...".

"الحيتان يستغلّون الناخبين المُسنّين بشراء أصواتهم...".

➢ المحاذير:

تكمن الخطورة في استخدام تعبير "الناخبون المُسنّون"، كونه أحد أنواع الخطابات التي تدخل في نطاق نشر القيم التمييزيّة، كما وردت في الإعلان العالميّ لحقوق الإنسان، والتي تُجرّم أيّ من شكل التمييز على أساس الجنس، أو السّن، وغيرها من الأسس. ويحمل تعبير "الناخبون المُسنّون" إساءة ضمنيّة إلى كبار السنّ الذين يمارسون حقّهم الانتخابي بالتصويت لمرشّحيهم المفضّلين.

➢ المقترح أو البديل:

منعاً لانتشار خطاب الكراهية القائم على نشر القيم التمييزيّة ينبغي احترام المُسنّين وعدم الإساءة إليهم بإطلاق الأوصاف التي تحطّ من قدرهم وتسيء إلى شيخوختهم.

الخاتمة

نأمل من هذا الجهد أن يكون قد قدّم مادة علميّة تُمكّن المدّربين في مجالات العمل الإعلاميّ من التعامل باحترافيّة وموضوعيّة مع روايات الإرهاب والعنف والتطرّف التي تملأ الفضاءات. ويسعى هذا الدليل الى تعزيز قدرات الإعلام الأردني لمكافحة التطرّف والإرهاب من منظور التربية الاعلاميّة وجودة المحتوى والأداء الإعلاميّ. كذلك، يحاول هذا الدليل، الإحاطة بجميع المفاهيم والتعريفات ذات العلاقة بمضامين التربية الاعلاميّة وتقييم الأداء الإعلاميّ من منظور المحتوى، ليتصدّى لخطابات الكراهية وروايات الإرهاب والعنف والتطرّف بأشكاله. ولتوضيح ذلك، جاء الدليل في خمسة محاور: المحور الأوّل يتناول إرشادات الصحافة الأساسية، أمّا المحور الثاني فيتناول أدوات التربية الإعلاميّة، فيما يتناول المحور الثالث، التحقق وأدواته، والمحور الرابع يتناول روايات التطرّف والإرهاب، والمحور الخامس يتناول مصطلحات خطاب الكراهية ومظاهرها. يجد الدارس لهذا الدليل، توضيحاً موجزاً بطريقة سلسة وميسّرة لأهم الإرشادات المهنيّة الفضلى في هذا المجال. وقد جرى التوضيح ضمن منهجية تراعي التميّز في الأداء الإعلاميّ عموماً، مُستعرضاً آليّة تطبيق مفهوم "رادار" في إدارة عملية التغطية الإعلاميّة التي تتصدّى للتطّرف والإرهاب، إضافة لعرض الممارسات الفضلى في مجال التغطية الإعلاميّة.

وبحث الدليل في الجوانب التطبيقية للتربية الإعلاميّة والمعلوماتيّة، بدءاً من توضيح دورة التفاعل في التربية الإعلاميّة، وبالعودة إلى مكونات عمليّة الاتصال، ثم التطرّق لمجالات التربية الإعلاميّة ودراسة مجالات تأثير وسائل الإعلام.

يُشار هنا، إلى أنّهُ جرى بحث الدور التربوي لوسائل الإعلام من خلال (دراسة حالة)، والرجوع إلى مرصد مصداقيّة الإعلام الأردنيّ (أكيد) بصفته جهة مرجعيّة للتحقّق، كما عرض الدليل آليات تقييم أدوات التحقّق بالتركيز على معايير التحقّق باستخدام قائمة لعديد من برامج التحقّق ومواقعه. وقدّم الدليل عرضاً لنماذج من روايات التطرّف والإرهاب من منظورات مختلفة، للإجابة عن تساؤلات جوهرية تستعلم عن الجهات التي تُصدر الروايات، إضافةً إلى وسائل أخرى للتحقّق. ثم عرض الدليل بعضاً من مصطلحات خطاب الكراهية ومظاهرها، ومُركزاً على أهميّة تحليل خطاب الكراهية، وكيفية تناوله إعلامياً، بالتركيز على دور الإعلام الأردنيّ في التصدّي لخطاب الكراهية.

المصادر والمراجع

المراجع العربية

أكيد، مرصد مصداقيّة الإعلام الأردنيّ، ٢٠١٩، رصد خطاب الكراهية في وسائل الإعلام الأردنية: تحليل مضمون. معهد الإعلام الأردني. عمان الأردن.

بوجمعة، رضوان، ٢٠١٦، قامـــوس الحقد والكراهية في وسائل الإعلام التونسية. اوكسفام. تونس.

التربية الإعلاميّة والمعلوماتية، ٢٠١٩. الجزء الأول، دليل فهم الاتصال والإعلام المعاصر. معهد الإعلام الأردني.

التربية الإعلامية والمعلوماتية، ٢٠١٩. الجزء الثالث، دليل التربية الإعلامية الرقمية. معهد الإعلام الأردني.

التربية الإعلامية والمعلوماتية، ٢٠١٩. الجزء الثاني، دليل محو الأمية الإخبارية. معهد الإعلام الأردني.

الجبوري، إرادة زيدان. (٢٠١٩). خطاب الكراهية في وسائل الإعلام العراقية. مجلة آداب الفراهيدي، (٣٦)، ٣٧٩-٤٠٦.

جرار، أماني، ٢٠٢٠، دور وسائل الإعلام الأردنية في معالجة موضوعات مكافحة التطرف والإرهاب والتصدي لخطاب الكراهية من خلال غرس القيم التربوية لدى عينة من طلبة الجامعات الأردنية. بحث غير منشور، المركز الأوروبي لدراسات مكافحة الإرهاب والاستخبارات.

جـــرار، أماني، ٢٠١٥، إرهاب الفكـــر وفكـــر الإرهاب. دروب ثقافية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى. عمان، الأردن.

الدستور الأردني.

شتيـــوي، موسى وأبو رمان محمد، ٢٠١٨، سوسيولوجيا التطرف والإرهاب في الأردن: دراسة ميدانية وتحليلية. مركز الدراسات الاستراتيجية، الجامعة الأردنية. عمان، الأردن.

عبدالمجيد، احمد، (٢٠١٢). الاعلام والثقافة: المقاربة والمباعدة في الخطاب: دراسة نظرية. *مجلة الباحث الاعلامي*، *٤* (١٥)، ٨٤-٧٧.

التجمع الإعلامي من أجل الأخوة الإنسانية، ٢٠٢٠، مدونة العشرين. المصري اليوم https://www.almasryalyoum.com/news/details/1468841

مرعي، منتصر، ٢٠١٨، دليل تجنب التمييز وخطاب الكراهية في الإعلام. معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، قطر.

المراجع الأجنبية

Ange's Scribbles, 2019, The 7Ws of Media and Information Literacy. Retrieved 12th March, 2020. https://angelarees.wordpress.com/2018/10/17/the-7ws-of-media-and-information-literacy/.

Ben-David, A., & Matamoros-Fernández, A. (2016). Hate speech and covert discrimination on social media: Monitoring the Facebook pages of extreme-right political parties in Spain. *International Journal of Communication*, *10*, 1167-1193.

Benesch, S. (2014). Defining and diminishing hate speech. *State of the World's Minorities and Indigenous Peoples*, *2014*, 18-25.

Bernays, E. L. (1947). The engineering of consent. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, *250*(1), 113-120.

Bright, J. (2018). Explaining the emergence of political fragmentation on social media: The role of ideology and extremism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *23*(1), 17-33.

Chomsky, N. (2002). *Media control: The spectacular achievements of propaganda* (Vol. 7). Seven Stories Press.

Chomsky, N. (2013). *Media Control: wie die Medien uns manipulieren*. Piper ebooks.

Coddington, M. (2015). Clarifying journalism's quantitative turn: A typology for evaluating data journalism, computational journalism, and computer-assisted reporting. *Digital journalism*, *3*(3), 331-348.

Curran, J., & Seaton, J. (2018). *Power without responsibility: press, broadcasting and the internet in Britain*. Routledge.

Frau-Meigs, D. (2007). *Media Education. A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals*.

Grizzle, A., Moore, P., Dezuanni, M., Asthana, S., Wilson, C., Banda, F., & Onumah, C. (2014). *Media and information literacy: policy and strategy guidelines*. UNESCO.

Hollifield, C. A. (2006). News media performance in hypercompetitive markets: An extended model of effects. *The International Journal on Media Management*, *8*(2), 60-69.

Holt, D., & Barkemeyer, R. (2012). Media coverage of sustainable development issues–attention cycles or punctuated equilibrium? *Sustainable development*, *20*(1), 1-17.

Jenkins, H. (2009). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Mit Press.

Jongman, A. J. (2017). *Political terrorism: A new guide to actors, authors, concepts, data bases, theories, and literature*. Routledge.

King, L. J. (2018). Social Media Use During Natural Disasters: An Analysis of Social Media Usage During Hurricanes Harvey and Irma.

Patterson, P., Wilkins, L., & Painter, C. (2018). *Media ethics: Issues and cases*. Rowman & Littlefield.

Pew Internet & American Life project, 2019, https://www.pewresearch.org/internet/, retrieved 23th March, 2020.

Rudin, R., & Ibbotson, T. (2013). *Introduction to Journalism: Essential techniques and background knowledge*. Focal Press.

Schmid, A. P. (2011). The definition of terrorism. In *the Routledge handbook of terrorism research* (pp. 57-116). Routledge.

Talbot, M. (2007). *Media Discourse: Representation and Interaction: Representation and Interaction*. Edinburgh University Press.

Tota, M. J., Tote, K. T., Tota, M. S., & Cohen, I. D. (2012). *U.S. Patent No. 8,090,605*. Washington, DC: U.S. Patent and Trademark Office.

Velasquez, A., & Rojas, H. (2017). Political expression on social media: The role of communication competence and expected outcomes. *Social Media+ Society*, *3*(1), 2056305117696521.

تم إعداد هذا الدليل بمساعدة من مركز هداية والاتحاد الأوروبي.

محتويات هذا الدليل هي من مسؤولية معهد الإعلام الأردني،

ولا يمكن بأي حال من الأحوال أن تعكس وجهات نظر مركز هداية والاتحاد الأوروبي.





